



TÍTULO:

EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE LAS EXPLORACIONES GEOGRÁFICAS Y SU RELACIÓN CON LAS MANIFESTACIONES CULTURALES CON EL TURISMO, LA ARQUEOLOGÍA, EL ARTE, Y LA CIENCIA ENTRE OTRAS



Cita citable: Viajar es una forma de educación al aire libre, es un medio de expandir nuestra visión y conocimiento del mundo. **Hsing-Yun.**

UNIDAD:

EXPLORACIONES GEOGRÁFICAS Y VIAJEROS EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

(Desde 1.789 hasta hoy).

Autor y compilador, profesor:
Manuel Guerrero Villagrán

Licenciado en Ciencias Sociales (**Universidad Nacional de Colombia**), Postgraduado en Educación Ambiental (**Universidad Santo Tomás de Aquino**) y Magíster en Geografía, (Convenio **Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia** e Instituto Geográfico Agustín Codazzi). Autor de textos en E.B.S. en Colombia y en México. Ensayista en publicaciones de revistas universitarias.



1.- LAS EXPLORACIONES Y VIAJEROS EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

(Desde 1.789 hasta hoy)



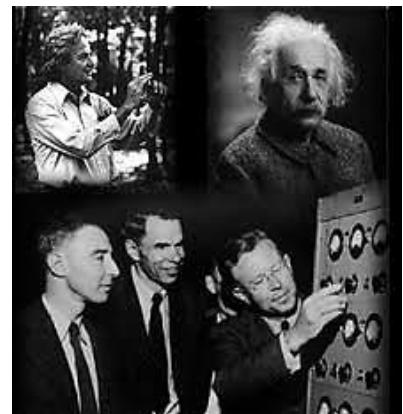
Después de la ejecución del Luis XVI por los franceses, el mundo entró en una serie de transformaciones de toda índole, originadas por la revolución industrial en Inglaterra, el surgimiento de nuevas naciones y el auge de nuevos medio de transporte, dejó como consecuencia los siguientes cambios:



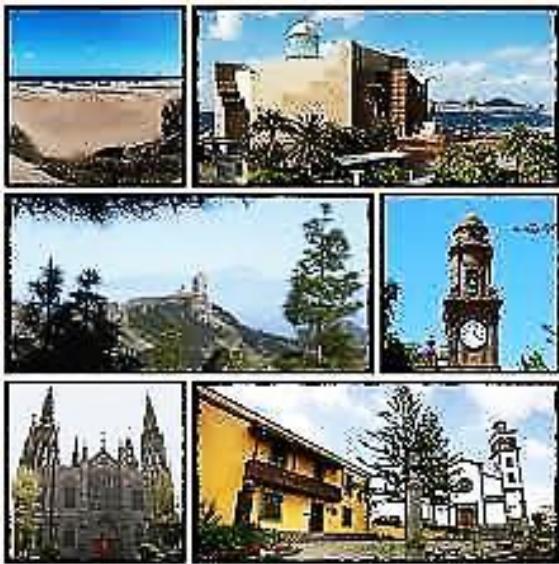
- a.- Grandes avances científicos, representados en la invención de las vacunas.
- b.- El acortamiento de distancias, por el uso de nuevos medio de locomoción como fue el barco a vapor, el tren, el automóvil y finalmente el avión.
- c.- Como viajeros incansables de esa época y en los más

recientes deben resaltarse a: Alexander Von Humboldt, científicos como Charles Darwin, Eliseo Reclus, Howard Carter y Jaques Champolion entre los más conocidos. Ya en el plano nacional sobresalieron el Sabio Mutis, Francisco Javier Matiz, Francisco José de Caldas, Agustín Codazzi. Y más recientemente el geógrafo alemán Ernesto Guhl, el viajero Héctor Mora, y el fotógrafo Andrés Hurtado como los más destacados.

d.- En esta última edad han aparecido un sin número de inventos que cambiaron la sociedad actual como el telégrafo, teléfono, la máquina de escribir, la cámara fotográfica, el periódico, el computador, el celular, la televisión, el video bean, y otra serie de aparatos que han



permitido modernizar nuestra vida. Y qué decir de la puesta en marcha de nuevos medios de transporte como el jet, el tren bala, entre los más populares.



e.- En relación con el turismo, se difundieron nuevas formas de viajar, se implementaron las cadenas hoteleras, se ampliaron mejores servicios al cliente por doquier. En el mismo sentido ocurrió con la oferta de alimentos, y así poder disfrutar de una serie de comodidades que antes solo podían disfrutar los más adinerados.

En la actualidad el turismo no solo abarca el ocio en playas, sino que se ha ampliado a otros campos como el turismo alternativo, y de manera especial el turismo de aventura.

En la misma línea, las naciones del mundo, ven el turismo como una gran entrada de divisas, y que en forma directa está afectando el P.I.B. Ejemplo de ello son las naciones europeas, México, Perú, los Estados Unidos, entre los casos más reconocidos.

Finalmente, en naciones desarrolladas, ya se está implementado el turismo espacial como una fuente de ingresos, claro está aportado por personas que tienen una posición económica estable y con altos ingresos.

Sobre el anterior tema, a continuación se presenta una serie de documentos relacionados con la geografía y los viajes. Para el presente caso se retoman una serie de documentos buscados en diferentes páginas web. Léase a continuación lo publicado en la página <http://ehdt.wordpress.com/>, donde se escribió lo siguiente:



2.- CAMBIOS EN LA CONCEPCIÓN DE LOS VIAJES

“Es posible afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.



Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los viajes.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América. Es el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras. Con el paso de los años comienza a surgir el turismo de montaña o salud: Se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de ellos llegan a nuestros días como pequeños hoteles con encanto. Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha,...).

A continuación se presenta una línea de tiempo, que ilustra la evolución del turismo en la edad contemporánea:

<p>En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo “Thomas Cook and son”.</p>	<p>En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.</p>	<p>Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes “American Express” que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el travel-check (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).</p>
<p>Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.</p>	<p>Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa.</p>	<p>Cesar Ritz es considerado padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración. (Convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban “mago”).</p>

<p>El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras.</p>	<p>La crisis del 1929 repercute en el negativamente en el sector turístico limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932. Después de varios años, en la denominada Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1949.</p>	<p>Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época se comienza a legislar sobre el sector.</p>
--	--	--

La recuperación económica, especialmente de Alemania y Japón, fue asombrosa elevando los niveles de renta de estos países y haciendo surgir una clase media acomodada que se empieza a interesar por los viajes.

Pero la reactivación de sectores más importantes de la población de los países occidentales. Surge la llamada sociedad del bienestar en la que una vez cubiertas las necesidades básicas aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas. Por otra parte la nueva legislación laboral adoptando las vacaciones pagadas, la semana inglesa de 5 días laborales, la reducción de la jornada de 40 horas semanales, la ampliación de las coberturas sociales (jubilación, desempleo,...), potencian en gran medida el desarrollo del ocio y el turismo.

También éstos son los años en los que se desarrollan los grandes núcleos urbanos y se hace evidente la masificación, surge también el deseo de evasión, escapar del estrés de las ciudades y despejar las mentes de presión.

En estos años se desarrolla la producción de autos en cadena que los hace cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas, permite un mayor flujo de viajeros. De hecho, la nueva carretera de los Alpes que atraviesa Suiza de Norte a Sur supuso la pérdida de la hegemonía de este país como núcleo receptor, ya que ahora los turistas cruzan Suiza para dirigirse a otros países con mejor clima. El avión de hélice es sustituido por el de reacción, lo que supone un golpe definitivo para las compañías navieras, que se ven obligadas a destinar sus barcos a los cruceros.



Todos estos factores nos llevan a la era de la estandarización del producto turístico. Los grandes tour operadores lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utiliza el vuelo chárter, que abarata el producto y lo populariza. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973) había 190 millones.

No obstante esta etapa también se caracteriza por la falta de experiencia, lo que implica las siguientes consecuencias como la falta de planificación (se construye sin hacer ninguna previsión ni de la demanda ni de los impactos medioambientales y sociales que se pueden sufrir con la llegada masiva de turistas) y el colonialismo turístico (hay una gran dependencia de los tour operadores extranjeros estadounidenses, británicos y alemanes fundamentalmente).

En los 70 la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte ocasionan un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

En los 80 el nivel de vida se vuelve a elevar y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países. Esto es facilitado por la mejora de los transportes (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos chárter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se ven obligadas a crear sus propias filiales chárter.



En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor competencia entre ellos...

La década de los 90 incluye grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las Guerras yugoslavas, etc., que inciden de forma directa en la historia del turismo. Se trata de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se limita la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se empieza a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversifica la oferta (nuevos productos y destinos), se diversifica la demanda (aparecen nuevos tipos diferentes de turistas) y se mejora la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

Existe de nuevo un abaratamiento de los viajes por vía aérea por medio de las compañías de bajo coste y la liberación de las compañías en muchos países y la feroz competencia de las mismas. Esta liberalización afecta a otros aspectos de los servicios turísticos como la gestión de aeropuertos y sin duda será profundizada cuando entre en vigor la llamada Directiva Bolkestein (de liberalización de servicios) en trámite en el Parlamento Europeo.”

Fuente: Tomado de <http://ehdt.wordpress>. Mayo 26 del 2014.

3.- ¿QUÉ ES EL TURISMO CULTURAL?

Este tema se puede explicar, como todo aquel proceso que desarrolla el ser humano en su mente y lo ejecuta o aplica en el sitio donde esté viviendo. Recuérdese, en los primeros pasos de la evolución humana como estas personas idearon instrumentos elaborados en diferentes materiales. Esta invención cultural facilitó el dominio de la naturaleza y dio inicio a las primeras exploraciones de su entorno inmediato.



Pero, la mejor forma de ver la cultura de estas primeras personas, fue el idear la agricultura, que sirvió como el principal soporte de su supervivencia. Pasa el tiempo, y estas personas como sus descendientes exploran su entorno más lejano, conocen otras personas y culturas, interactúan con ellas, aprenden de las mismas, y con el tiempo descubren que el ser humano es un ser que aporta saberes, aprendizajes, experiencias que le facilitan obtener una mejor calidad de vida.

Estas personas en esas primeras épocas, descubren que el viajar es una experiencia enriquecedora, que no solo le facilita en conocer culturas variadas, sino que también le va proveer un dominio sobre otros pueblos.

Es por lo anterior que en los siguientes párrafos, se hace un recuento de la cultura y su relación con el turismo. Lee y analiza dichos contenidos, y compáralos con otras temáticas afines lo escrito anteriormente.

"El Turismo Cultural se define como "aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002).



Importancia del turismo cultural: Juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de un determinado país. Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural, desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia, la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico y el desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos.

Aprovechando, la extensa y variada oferta cultural se han identificado varios subsegmentos que complementan la importancia del Turismo Cultural, entre los que destacan: El religioso, el gastronómico y el idiomático, entre otros. Hoy día el

producto turístico cultural también está siendo respaldado cada vez más por otras Dependencias e Instituciones Gubernamentales que han destinado recursos económicos para su desarrollo y consolidación en el mercado turístico.



Es por ello que el objetivo de cualquier entidad que promueva el turismo es: "coordinar esfuerzos encaminados a asegurar el desarrollo del segmento, fortaleciendo mecanismos e instrumentos para lograr el aprovechamiento a largo plazo de los recursos naturales y culturales, garantizando rentabilidad económica y social de sus proyectos".

permitan apoyar la identificación y dotación de infraestructura y equipamiento para este segmento, creando alianzas estratégicas para el desarrollo de alternativas y diversificación de nuestros productos turísticos, que permiten además el desarrollo económico y social de la comunidad receptora y el país en general.

Las acciones que lleva a cabo personal especializado, se agrupan en tres grandes rótulos y se refieren a lo presentado en el siguiente esquema:

Es por lo anterior, que la cobertura del programa o evento, responde a aquellos destinos turísticos o sitios específicos, que tienen un alto impacto turístico desde el punto de vista de llegada de turistas, derrama económica y generación de empleos. De esta manera se han seleccionado a visitar a zonas arqueológicas, la visita al patrimonio cultural de una determinada nación, el apreciar los caminos reales construidos en la época de la colonia, o el reconocimiento a ciudades histórico culturales como Mompox o la zona arqueológica de San Agustín en el Huila."



Fuente: Tomado de
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud

4.- IMPORTANCIA Y SIGNIFICADO DEL TURISMO CULTURAL

Los siguientes contenidos, fueron tomados de <http://www.portalpatrimonio.cl/programas/turismo/>, y que al pie de la letra citan:

Definición de Turismo Cultural: “Se entiende por turismo cultural, aquel tipo de turismo que tiene por objeto la comprensión de la historia del hombre a través del tiempo, por medio del conocimiento de su patrimonio material e inmaterial; en este sentido el turismo cultural, busca fortalecer las identidades del país, de una determinada ciudad, comunidad o sector. Otra definición sobre este mismo tema corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. En su nivel óptimo el turismo cultural debe tener presente la puesta en valor de la cultura local, bajo la consigna de que no se puede valorar lo que no se reconoce. Este reconocimiento y fortalecimiento ayudan en la configuración de paisajes culturales complejos y sistemas territoriales integrados que enfatizan el desarrollo de una combinación de factores (tradiciones, gastronomía, artesanía, monumentos naturales e históricos, lugares arqueológicos, entre otros), más que poner el énfasis de uno solo de ellos.



turismo cultural debe tener presente la puesta en valor de la cultura local, bajo la consigna de que no se puede valorar lo que no se reconoce. Este reconocimiento y fortalecimiento ayudan en la configuración de paisajes culturales complejos y sistemas territoriales integrados que enfatizan el desarrollo de una combinación de factores (tradiciones, gastronomía, artesanía, monumentos naturales e históricos, lugares arqueológicos, entre otros), más que poner el énfasis de uno solo de ellos.

Importancia: El turismo cultural es un área de exponencial crecimiento y desarrollo tanto en nuestro país como a nivel mundial. El fenómeno del Turismo Cultural es necesario estudiarlo a través de la investigación, el desarrollo de productos y la puesta en escena del patrimonio como un ámbito de desarrollo.

Además de la valoración del patrimonio cultural y el entorno natural, este tipo de turismo busca preservar lo que nos distingue y se ofrece al mundo y que se debe reconocer para su apreciación. Son necesarias las definiciones a nivel público para fomentar la creatividad y capacidad de toma decisiones, proyectando mejoras continuas en su gestión y desarrollando componentes del turismo cultural que eleven la posición de la institución del Turismo y la Cultura en la que tienen injerencia.

Desarrollar el turismo cultural es una aventura para el conocimiento que permite junto con el disfrute, conocer nuestro pasado, las tradiciones, así como también de la gastronomía y la artesanía entre otras actividades que entran en nuestro patrimonio cultural. Cuando se genera turismo sobre la base de un atractivo cultural, lo que se está haciendo es darle valor en ese contexto a ciertos elementos pertenecientes a las



manifestaciones y particularidades locales, los cuales, por sí solos o en conjunto con otros, motivarán al turista a desplazarse para conocerlos.

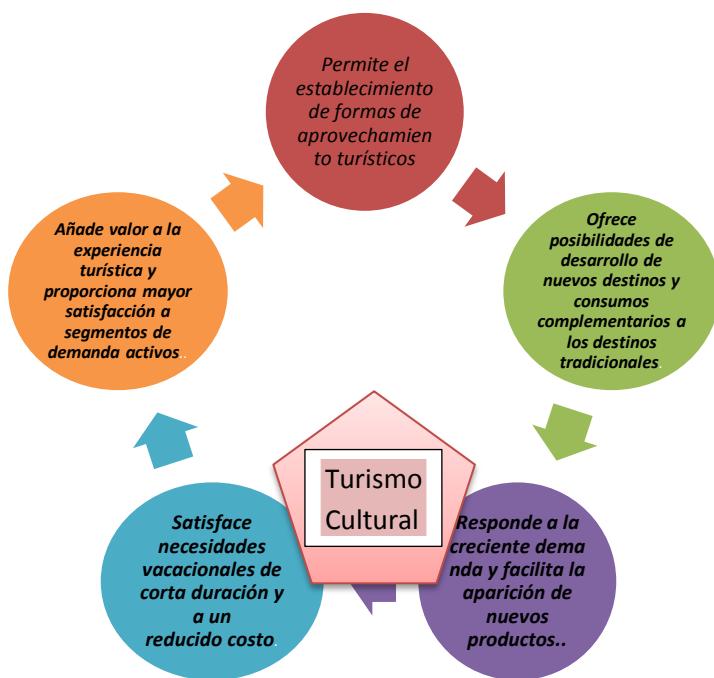
La puesta en valor de los atractivos, ya sean culturales o naturales, requiere de planificación para preservar, conservar y mantener sus características originales, que son las que finalmente motivan al turista a movilizarse..."

Fuente: <http://www.portalpatrimonio.cl/programas/turismo/>

5.- TURISMO CULTURAL, CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y SITUACIÓN ACTUAL

"Se considera al turismo como un acto que supone un desplazamiento que conlleva el gasto de renta y cuyo objetivo principal está en conseguir satisfacciones y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa, dentro del cual englobamos al turismo cultural, el cual debe cumplir las siguientes condiciones que se logran ver en el gráfico del lado derecho:

El desarrollo de estas actividades facilita a su vez la toma de una conciencia, de una identidad cultural comunitaria, e incentiva el desarrollo económico y social de determinadas áreas y ciudades. Estas condiciones no dependen de si es la finalidad principal perseguida por el turista o tiene un carácter secundario en sus actividades. En el siguiente esquema se presenta un diagrama de flujo que detalla las interrelaciones entre diferentes variables presentes en el turismo cultural:



Es obligado reconocer el crecimiento notable del turismo cultural en los últimos tiempos, en países como España presenta un importante potencial de crecimiento dada su infraestructura de ciudades patrimonios de la humanidad y su importante patrimonio cultural.

El turismo cultural se encuentra profundamente centrado en la oferta monumental más importante, con un objetivo fundamental de adaptar los recursos turísticos a las demandas

del turismo individual.

Un componente fundamental radica en la accesibilidad, tanto en términos de horario como de modalidades de acceso, a los recursos culturales. Es un turismo con una estacionalidad sostenida, influída relativamente por las vacaciones escolares. Es una actividad de corto plazo con gasto medio diario reducido, donde la relación a la calidad. Precio determina en gran medida la selección del destino. Un factor importante radica en la obtención de información rápida y actualizada sobre el producto, calidad y oferta de los actos culturales, exposiciones, etc. Por consiguiente, entre las causas que justifican el crecimiento del turismo cultural se pueden destacar:



5. 1.- Gestión del patrimonio y turismo cultural

Los mutuos beneficios que se derivan de la relación turismo patrimonio provocan que ambos tengan objetivos económicos comunes. La conservación de los recursos patrimoniales y su proceso de transformación en producto turístico son un incentivo para la revitalización de la identidad cultural a nivel regional, nacional e internacional.

El mercado turístico necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de nuevos productos. Dichos productos aumentan el valor de la experiencia turística de forma que le interesen a ambos sectores. Patrimonio y turismo, son altamente compatibles, la interdependencia entre ambas áreas es inevitable.



Esta asociación produce condicionamientos e influencias recíprocas. El sector turístico supone una fuente de riqueza y de beneficios positivos sobre el entorno económico-social, al favorecer la elevación de nivel de vida de la zona así como facilitar los intercambios y contactos culturales. Igualmente favorece la conservación del entorno patrimonial, medioambiental y urbanístico al poder contribuir a este objetivo las rentas que genera.

Por otra parte el turismo, puede generar efectos no deseados sobre los recursos patrimoniales de carácter patrimonial o socioeconómico. Por ello véase el siguiente esquema que resume este contenido.

5. 2.- Efectos no deseados sobre los recursos patrimoniales



Fuente: Tomado textualmente de: <http://www.monografias.com/trabajos36/patrimonio-y-turismo/patrimonio-y-turismo2.shtml#ixzz32lOMDzuj>. Se aclara que los gráficos o esquemas fueron creados a partir de la información dada, y no corresponden a la fuente citada.

6.- EVOLUCIÓN DEL TURISMO Y SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE TRANSPORTE

Ahora se explica una variable que ayudo e impulso las actividades turísticas a lo largo de la historia humana, esto fue el uso de diversas formas de movilización: primero a pie, después usando la tracción animal, después los embarcaciones de diverso tipo, para llegar finalmente al uso del motor en sus diferentes versiones, y así poner en marcha invenciones como el ferrocarril el barco a vapor, el automóvil, el avión y por último el trasbordados espacial. En este sentido se presenta una síntesis sobre cómo ha cambiado el turismo a lo largo de la historia humana. Lee con atención dichos contenidos y después realiza una síntesis (mapa conceptual) en función de sus contenidos. Esta información fue tomada de la página web <http://florencianur.blogspot.com/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html>



“El turismo ha estado presente desde que comenzó la historia de la humanidad. Cuando se explica del como los seres humanos nómadas o sedentarios, es por lo anterior que aquí se cita, que estas personas fueron los primeros turistas. Por consiguiente el turismo ha ido cambiando junto con el ser humano, de acuerdo a sus necesidades y características, y es esto lo que provoca que el turismo aumente cada vez más su importancia mundial. A lo largo de la historia se encuentran diferentes etapas del turismo, como a continuación se cita:



EXPLORACIONES GEOGRÁFICAS

- Facilitaron el intercambio comercial, iniciadas en el siglo XV principalmente por portugueses y españoles para buscar materiales que no tenían en su entorno.
- Luego éstas se convertirían también en exploraciones científicas y políticas.



EXPLORACIONES GEOGRÁFICAS Y VIAJES MIGRATORIOS

- Los viajes migratorios realizados por los primeros exploradores (Colón, Cabotto, Magallanes, Vasco de Gama, entre otros) y que dejaron como resultados principalmente por la expansión cultural.



LOS VIAJES RELIGIOSOS Y POLÍTICOS

- Conocidos también como peregrinaciones que comenzaron en la Edad Media.
- Los viajes políticos, entre los cuales se destacan las cruzadas realizadas por la Europa latina cristiana y el Sacro Imperio romano, con el objeto de restablecer el control del cristianismo.

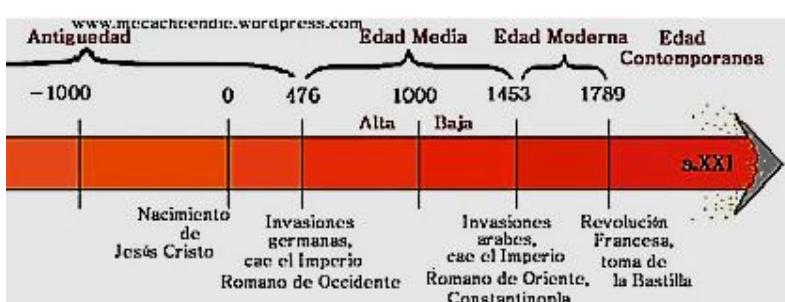


LOS VIAJES DEPORTIVOS

- Empiezan con las Olimpiadas realizadas por los griegos de la antigüedad en honor a los dioses del Olimpo.

7.- EVOLUCIÓN DEL TURISMO

Está dividida en varias épocas, cada una de ellas con motivos y características propias del turismo que las hacen destacarse.



Estas son: Época griega, el imperio romano, la edad media, y la edad moderna como la contemporánea. En esta síntesis se recoge una serie de explicaciones, que le dan la oportunidad al lector de hacer un recorrido por el tiempo desde unas épocas remotas hasta llegar a la actualidad, apoyándose en la didáctica, que se conoce con el nombre de una línea de tiempo. ¿Pero sabes que es una línea o cinta de tiempo? Ahora te lo explicamos para que se entienda

mejor lo abajo presentado. Una línea del tiempo es una herramienta que se utiliza para registrar y ordenar datos cronológicos como fechas y períodos de tiempo de forma clara y sencilla. En ella se pueden relacionar acontecimientos importantes y los personajes que participaron en ellos con la fecha en que ocurrieron. La línea del tiempo permite comprender fácilmente algunos sucesos históricos tanto del presente como del pasado y su influencia en el mundo actual.

Época griega.

Caracterizada por los deportes y fiestas religiosas cuyos principales destinos eran Atenas, Delfos y Olimpia.

Época del imperio romano.

Motivada primordialmente por el deseo de expandirse territorial y religiosamente, por salud (aguas termales), por descanso exclusivamente para los emperadores y también para celebrar las fiestas dedicadas a sus dioses. Esta época se caracteriza porque los romanos contaban ya con itinerarios de viaje, sistemas de comunicación vial adecuados, prosperidad y paz en el interior de su imperio y además las personas de alta jerarquía contaban con tiempo de ocio para realizar los viajes.

Época de la edad media.

Caracterizada por las cruzadas y las peregrinaciones cuyo propósito era evangelizar. Para este momento de la historia ya se reconoce al encargado del viaje como "guía contratado".

Siglo XVI.

Se inicia la incursión en los inventos y se caracteriza por la educación abierta a todos, lo cual genera centros vacacionales exclusivos para los estudiantes además de los viajes juveniles conocidos como "Grand Tour" que cuentan con nombres específicos para cada destino.

Siglo XVII.

Viajes principalmente por salud donde se implementan los centros turísticos termales que ofrecen hospedaje.

Siglo XVIII.

Caracterizado por viajes a playas donde se realizaban baños de mar, lo cual motiva el nacimiento de los pioneros de la hotelería y el turismo.

Siglo XIX.

Se aprovechan al máximo las vacaciones tanto de estudiantes como de trabajadores y gracias a la revolución industrial se llega a nuevos destinos, por lo cual crece el desarrollo de la hotelería por categoría (hoteles, alojamientos, posadas, etc.) y también nacen las agencias de turismo conocidas entonces con el nombre de "intermediarios". Se aprovechan al máximo las vacaciones tanto de estudiantes como de trabajadores y gracias a la revolución industrial se llega a nuevos destinos, por lo cual crece el desarrollo de la hotelería por categoría (hoteles, alojamientos, posadas, etc.) y también nacen las agencias de turismo conocidas entonces con el nombre de "intermediarios".

Siglo XX.

Los viajes son motivados por la necesidad humana de recreación y esparcimiento, salud, religión, negocios, estudios, acontecimientos programados (festivales, olimpiadas, etc.) y, como nuevos motivos la aventura en busca de experiencias diferentes y la ecología, buscando lugares naturales alejados de las ciudades contaminadas. Los viajes son motivados por la necesidad humana de recreación y esparcimiento, salud, religión, negocios, estudios, acontecimientos programados (festivales, olimpiadas, etc.) y, como nuevos motivos la aventura en busca de experiencias diferentes y la ecología, buscando lugares naturales alejados de las ciudades contaminadas.

Siglo XX en adelante

Se viaja por trabajo, estudio, exploraciones, eventos programados, comercio y por experimentar lo desconocido o lugares totalmente diferentes al entorno cotidiano. Se viaja por trabajo, estudio, exploraciones, eventos programados, comercio y por experimentar lo desconocido o lugares totalmente diferentes al entorno cotidiano.

Como complemento de lo anterior, a continuación se anexa un escrito curioso sobre los geógrafos más reconocidos de la historia, y que a su vez fueron pioneros en los estudios geográficos, exploraciones, como viajes, y documentación de primera mano para que permite dar una idea de la transversalidad del turismo en diversas épocas, personajes y aportes en este campo.

LOS 10 GEÓGRAFOS MÁS CONOCIDOS DE LA HISTORIA

Desde la Grecia Clásica, numerosas personas han aportado conocimientos a la ciencia geográfica. Viajeros, cartógrafos, exploradores, naturalistas o topógrafos han contribuido al pensamiento geográfico hasta su concepción moderna actual. La necesidad de plasmar los elementos del medio físico en los mapas, el descubrimiento de nuevas tierras o la aparición de nuevos fenómenos fueron los condicionantes para desarrollar esta ciencia.



Pero, ¿quiénes han sido los ilustres personajes más importantes que la han impartido, desarrollado o divulgado a lo largo de la historia? A continuación se presenta un escalafón de los 10 geógrafos más famosos que han conseguido que la geografía sea una de las ciencias más notables.

1. Heródoto de Halicarnaso. 484 a. C. (Halicarnaso, Caria, Anatolia)- 425 a.C. (Turios, Calabria o Pella, Macedonia). Aunque destacó, más bien, por su labor como historiador, también fue un importante geógrafo de la Antigua Grecia. Debido a la sucesión de guerras en

aquella época, fue un geógrafo poco viajero y explorador, por lo que su obra se basó fundamentalmente en otras fuentes y en las observaciones de otros autores. En sus textos y escritos describe con exactitud las características geográficas de los pueblos. Dejó, también, un legado cartográfico importante como una ecúmene, que representaban Europa Central, Asia y parte del continente africano.

2. Eratóstenes. 276 a. C. (Cirene)- 194 a. C (Alejandría). Sus habilidades como poeta, astrónomo, filósofo y geógrafo le permitieron abordar estudios desde diferentes puntos de vista. Acuñó el término geografía (geo= tierra y grafos= escribir) y en su labor como geógrafo intentó calcular la circunferencia exacta de la Tierra, con un error por debajo del 2%, medir la inclinación del eje de la Tierra y la distancia al sol. Además, cultivó una gran labor cartográfica, elaborando uno de los primeros mapas del mundo (276-195 a. C) y definiendo los conceptos de latitud y longitud.

3. Estrabón. 64 o 63 a. C. (Amasia, Ponto)- 19 o 24 d. C. Este geógrafo descriptivo e historiador griego es conocido por su magna obra Geográfica. Era contrario a las teorías astronómicas y cartográficas de Eratóstenes, preocupándose, entonces, en la distribución de los aspectos humanos, en vez de los fenómenos naturales y sus procesos.

Su incansable actitud viajera le permitió recorrer medio mundo y elaborar una gran obra geográfica de 17 volúmenes, en la que se describe minuciosamente la geografía de todo el Imperio Romano. Uno de sus volúmenes está dedicado a nuestra península ibérica (vol. 3). También elaboró mapas y obras cartográficas sobre el continente europeo.

4. Claudio Ptolomeo. 100 d.C. (Tolemaida, Tebaida)- 170 d.C. (Cánope). Dedicó su vida a la observación astronómica y a la divulgación de la astrología, pero también fue una importante figura de la historia geográfica.

Él se encargó de recopilar todos los conocimientos de los griegos, creando, posteriormente, mapamundis y elaborando obras como "Geographia". En ella hizo una descripción del mundo de su época y utilizó un sistema de latitud y longitud que sirvió de ejemplo a los cartógrafos posteriores.

5. Muhammad Al-Idrisi. 1100 (Ceuta)- 1165 (Ceuta). Este geógrafo y cartógrafo hispanomusulmán, de nombre interminable (Abu Abd Allah Muhammad al-Idrisi al-Qurtubi al-Hasani al-Sabti), tradujo al árabe algunos textos griegos sobre geografía.

Sus viajes por la Tierra conocida y la exploración de numerosas ciudades, le permitieron elaborar una obra cartográfica de Eurasia y el norte de África, además de escritos sobre las características geográficas, grupos humanos y de los factores socioeconómicos de estos territorios.

La información era completada con entrevistas y preguntas a los habitantes de los lugares que visitaba, técnica, que enriquecieron sus textos. Sus obras más famosas de geografía y

cartografía fueron un mapamundi orientado al sur, que iba acompañado por un libro, denominado Geografía, que comprendían “El Libro de Roger” (*Kitab Ruyar*).

6. Alexander von Humboldt. 1769 (Berlín, Alemania) – 1859 (Berlín, Alemania). Se le considera el padre de la geografía moderna. Su formación multidisciplinar, su afán viajero y de explorador aportaron a su saber un conocimiento geográfico impresionante. Realizó viajes por Europa, América del Sur, México, EE.UU, Canarias y Asia Central, dejando grandes aportes a la geografía física, plasmados en su obras culmen “Cosmos” (1845- 1847) y *Viaje a las regiones equinocciales del Nuevo Continente*” (1904- 1927). Dejó numerosos estudios descriptivos de los factores naturales, vistos como conjuntos y no como elementos o sucesos separados, incluyendo además, una visión histórica a la geografía.

7. Carl Ritter. 1779 (Quedlinburg, Alemania)- 1859 (Berlín, Alemania). Él fue uno de los geógrafos más importantes del siglo XIX. Es considerado, junto Alexander Von Humboldt, el padre de la geografía moderna. En su vida como geógrafo estudió las relaciones entre el medio físico y el medio humano y las diversas características de la geografía del mundo (geografía descriptiva).

Su obra de mayor éxito fue “Las ciencias de la Tierra en relación a la Naturaleza y a la Historia de la Humanidad” (“Die Erdkunde im Verhältniss zur Natur und zur Geschichte des Menschen”), de 19 volúmenes, donde analiza las influencias de los elementos del medio físico en el desarrollo de las actividades humanas.

Consideró que el desarrollo histórico de cada nación o país estaba muy influenciado por la configuración del medio físico de éste. Estas teorías (teoría del espacio vital) influyeron de manera directa en la geografía política y en geógrafos posteriores como Ratzel o Karl Haushofer.

8. Alfred Russel Wallace. 1823 (Usk, Gales) –1913 (Broadstone, Inglaterra). Polifacético personaje que aportó su pensamiento a las teorías evolucionistas y que desarrolló su vida viajando y haciendo trabajo de campo. Es famoso por su teoría zoogeográfica, que dividía el mundo en grandes regiones o reinos animales. Identificó diferencias biogeográficas entre la región Indo malaya y la Australiana, por lo que la línea que separa ambos reinos se le conoce hoy en día como Línea de Wallace.

Esta amplia exploración y estudio del mundo natural a lo largo de su vida, tuvo como resultado la publicación de la obra *The Geographical Distribution of Animals* (La distribución geográfica de los animales). Por estas aportaciones teóricas es reconocido como uno de los primeros expertos biogeógrafos.

9. Friedrich Ratzel. 1844, (Karlsruhe, Alemania)- 1904, (Ammerland, Alemania). Geógrafo alemán, influenciado por las teorías darwinistas, el determinismo y el espacio vital de Carl Ritter. Se le considera uno de los creadores de la geografía política moderna y de la geografía humana, en general. Entre sus obras geográficas más destacadas están *Antropogeografía* (1891) y *Geografía Política* (1897).

10. Paul Vidal de la Blache. 1845 (Pezenas, Francia)- 1918 (Tamaris-sur-Mer , Francia).

Influenciado por Humboldt o Ritter, este francés desarrolló la enseñanza geográfica en varias universidades francesas. Después de su actividad pedagógica, contribuyó de manera directa a la geografía moderna actual y tuvo carácter mentor sobre geógrafos posteriores, creando por aquel entonces La Escuela Geográfica francesa. Además, fundó la prestigiosa revista *Annales de Geographie* (1891).



Figura 1. Imágenes de los 10 geógrafos más conocidos de la historia. **Fuente:** La lista no se clasifica por orden de importancia, sino por orden cronológico (fecha de nacimiento).

La teoría de Vidal de la Blache se basó en la geografía regional, cuyo objeto era la relación hombre-naturaleza, desde la perspectiva del paisaje y del estudio de la región. Publicó grandes obras como Cuadro de la geografía de Francia (“Tableau de la Geographie de la France”, 1903), “Principios de Geografía Humana” (1922) o “Geografía Universal” (1927-1948).

Fuente: <http://www.pensandoelterritorio.com/los-10-geografos-mas-conocidos-de-la-historia/>

8.- ACTIVIDADES SOBRE LOS ANTERIORES MATERIALES

1.- Explicar las siguientes imágenes y establecer su relación con los temas y lecturas antes presentadas.



2.- Redactar un ensayo de 5 páginas sobre los diferentes temas y lecturas antes presentadas.

3.- De acuerdo con los esquemas, gráficos y demás ilustraciones, aplicar dicho contenido a Colombia. Hacerlo en forma de mapa conceptual

4.- Presentar una campaña publicitaria sobre el contenido de los anteriores materiales aplicándolos a Colombia.

5.- Elaborar un cuadro comparativo sobre dos ítems que más le gusten, teniendo en cuenta: características del tema, importancia, relación con el turismo en Colombia, aportes al mundo de hoy y conclusiones.

A continuación, se presenta otra serie de materiales, relacionados con el tema. Analízalos y compáralos desde su contenido.

SEGUNDA PARTE

2. 1.- ANÁLISIS TEÓRICO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ACTUALIDAD



En las siguientes páginas se desarrollan una serie de contenidos concretos sobre temas significativos como lo que es el denominado turismo de masas, el turismo contemporáneo, turismo cultura y desarrollo, escritos por especialistas en la materia y que aportan ideas significativas desde el punto de vista de cada quien. Léase dicha información y después resuelve las diferentes actividades.

2.1.1.- TURISMO DE MASAS

Turismo de masas y transporte: el gran reto del turismo del siglo XXI, este es título del escrito realizado por José Ángel Hernández Luis del Departamento de Geografía de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, y que planteó en los siguientes términos:

"El turismo masas es una de las grandes consecuencias del estado del bienestar, al tiempo que ha venido generando una actividad económica importante. En este contexto, el turismo internacional aumentó un 50 por ciento en los años noventa. Es cierto que la tecnología ha avanzado mucho para evitar los impactos que esta movilidad genera, si bien el aumento del turismo ha sido tan grande, que los avances tecnológicos no han podido mitigar tales impactos. Además, los desplazamientos turísticos tienden a ser más distantes y frecuentes."



El transporte es uno de los sectores que más contribuye al cambio climático entre otros factores y, sin embargo, se estima que el crecimiento del turismo internacional en el periodo 1995 - 2020, será de un 175 por ciento, esto es, mil millones de turistas más. Por ello, es todo un reto para el turismo, compatibilizar el desarrollo de esta actividad con los graves impactos del transporte.

El crecimiento del turismo en las últimas décadas ha sido espectacular, pues según la Organización Mundial del Turismo, se ha pasado de los 25 millones de turistas internacionales en 1950, a más de 840 en 2006, siendo la cifra el doble si también se le añade el turismo nacional. De cualquier manera, los movimientos turísticos internacionales son muy intensos entre los distintos países de la Europa Occidental, al igual que entre América del Norte y el viejo continente (OMT 1999, pág. 15).



Partiendo de este panorama, las previsiones de emisión de turistas en los próximos años, por lo menos hasta 2020, indican que en tan solo 25 años (1995 - 2020), el turismo internacional terminará aumentando un importante 175 por ciento. Las estimaciones apuntan a que Europa seguirá liderando el crecimiento en términos absolutos, con más de 400 millones de turistas adicionales en 2020 con respecto a 1995 [2]. Sin embargo, el mayor crecimiento porcentual lo encabezará la región de Asia Oriental y Pacífico [3], particularmente algunos países como China.

En este caso, la variación en estos 25 años, rondará casi el 400 por ciento, mientras que en valores absolutos, el crecimiento superará ampliamente los 300 millones de turistas. Ambas áreas se supone que en 2020 concentrarán casi las tres cuartas partes de la emisión de turistas internacionales, correspondiendo otro 15 por ciento a las Américas, particularmente el Norte de este continente.

El resto de regiones (África, Oriente Medio y Asia Meridional), seguirán trabajando con valores anecdóticos, con solo un 7 por ciento de las emisiones, aunque con incrementos porcentuales muy importantes en todos los casos como podemos observar en el cuadro 1.



Cuadro 1. Previsión de “emisión” de turistas internacionales por regiones entre 1995 y 2020

Regiones de origen	Turistas (en millones)						
	1995	2000	2010	2020	Variación absoluta 1995 - 2020	Variación % 1995 - 2020	
Europa	311	373	520	729	418	134.41	
Asia Oriental y Pacífico	84	89	193	405	321	382.14	
Américas	109	127	173	232	123	112.84	
África	14	20	36	62	48	342.86	
Oriente Medio	9	12	21	35	26	288.89	
Asia Meridional	4	6	10	17	13	325.00	
Sin especificar	34	40	54	81	47	138.24	
Total	565	667	1.007	1.561	996	176.28	
Fuente: Turismo: Panorama 2020, OMT. Elaboración propia.							

Si el análisis se hiciera por países, llegaríamos a la clara conclusión de que los turistas más predispuestos a viajar por motivos de ocio, son aquellos con mayor renta, pero también con más población, como es el caso de Alemania, Japón, Estados Unidos, China y Reino Unido.

En efecto, se prevé que en 2020, una quinta parte de los turistas internacionales lo generen tan solo los dos primeros países, mientras que los cinco en su conjunto un estimable 40 por ciento del total mundial. El resto, hasta llegar hasta solo una selección de diez países, estaría compuesto por estados europeos, además de Canadá, estimándose que solo estos diez emitían el 52 por ciento del turismo internacional.



Pero como expresaba, el salto más espectacular de emisión de turistas se prevé que lo protagonice China, sobre todo porque al denominado gran dragón asiático ya se le imputaba en 2006 el 16 por ciento del PIB mundial, tras representar solo el 6 por ciento en 1990 [4]. Ni que decir tiene que las expectativas de crecimiento económico para este país siguen siendo muy alcistas y, con ello, una mayor disponibilidad de renta para su población, consolidando una potente clase media que, inevitablemente, desembocará en un alza muy importante del turismo en los próximos años y que aún se acelerará más desde el año 2020 en adelante.

Cuadro 2. Previsión de los principales países “emisores” de turismo a nivel mundial en 2020

Países emisores	Emisión de turistas (en millones)	Cuota de mercado (en %)
Alemania	152.9	9.8
Japón	141.5	9.1
Estados Unidos	123.3	7.9
China	100.0	6.4
Reino Unido	94.5	6.1
Francia	54.6	3.5
Países Bajos	45.6	2.9
Italia	35.2	2.3
Canadá	31.3	2.0
Federación rusa	30.5	2.0
Total 10 países	809.4	51.8
Resto del mundo	751.6	48.2

Fuente: Turismo: Panorama 2020, OMT. Elaboración propia.

Por lo que respecta a la recepción de turistas internacionales, es evidente que la variación en estos 25 años (1995 - 2020), es idéntica a la de emisión, es decir, un 175 por ciento. Pero en un análisis por regiones, tampoco existen grandes diferencias con respecto a la emisión de turistas, pues se supone que gran parte de los flujos emisores tienen por destino el propio

área o continente en el que se circunscriben, aunque los turistas tiendan a viajar cada vez más lejos.

De esta manera, Europa seguirá liderando la recepción de turistas internacionales en 2020, si bien las previsiones apuntan a que las llegadas solo aumentarán en poco más de un 100 por cien, frente a casi un 400 de Asia Oriental y Pacífico. Ambas áreas superarán ligeramente el 70 por ciento de las llegadas turísticas a nivel mundial.

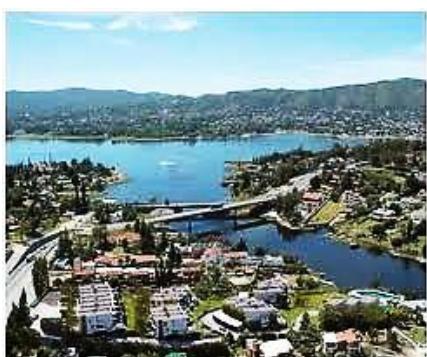
También son muy intensos los movimientos turísticos en las Américas, especialmente entre Estados Unidos, Canadá y México, de ahí que se estime que en 2020 esta región representará casi un 20 por ciento de las llegadas.



Cuadro 3. Previsión de “recepción” de turistas internacionales por regiones entre 1995 y 2020

Regiones de destino	Turistas (en millones)					Variación absoluta 1995 - 2020	Variación % 1995 - 2020
	1995	2000	2010	2020			
Europa	336	393	528	717	381	113.39	
Asia Oriental y Pacífico	81	93	195	397	316	390.12	
Américas	110	130	190	282	172	156.36	
África	20	27	47	77	57	285.00	
Oriente Medio	14	18	36	69	55	392.86	
Asia Meridional	4	6	11	19	15	375.00	
Total	565	667	1.007	1.561	996	176.28	

Fuente: Turismo: Panorama 2020, OMT. Elaboración propia.



En un estudio por países, será indiscutiblemente China quien encabece las llegadas en 2020, con casi 190 millones de turistas, desbancando sobradamente a Francia del primer puesto. Tan solo el país oriental, conjuntamente con Francia y Estados Unidos, soportarían cada uno de ellos los 100 millones de turistas anuales, ostentando estos tres países el 25 por ciento de las llegadas de turistas a nivel mundial. Será precisamente China, conjuntamente con la Federación rusa, la que supuestamente estaría registrando los mayores incrementos anuales en la llegada de turistas, superiores al 7

por ciento anual para todo el periodo y que, sobre todo, sería imputable a la mencionada evolución económica, así como a la apertura política del régimen chino [5].

Cuadro 4. Previsión de los principales países “receptores” de turismo a nivel mundial en 2020

Países receptores	Llegadas de turistas (en millones)	Cuota de mercado (en %)	Tasa de aumento por año (en %)
China	186.6	11.9	7.5
Francia	106.1	6.8	2.3
Estados Unidos	102.4	6.5	3.5
España	73.9	4.7	2.6
Reino Unido	53.8	3.4	3.4
Italia	52.5	3.4	2.1
México	48.9	3.1	3.6
Federación rusa	48.0	3.1	8.5
República Checa	44.0	2.7	4.0
Total 9 países	716.2	45.9	----
Resto del mundo	844.8	54.1	----

Fuente: Turismo: Panorama 2020, OMT. Elaboración propia.

De cualquier modo, los datos expuestos son simples previsiones que dependen en alto grado de la coyuntura económica mundial y por países, así como de los precios de la energía y en suma de la estabilidad política de éstos. No obstante, las cifras reales de turistas en el año 2000, quedaron levemente por encima de las previsiones realizadas en 1995, ya que para ese año, eran de 667 millones de turistas internacionales, mientras que en la realidad se dio un 3 % más. De igual modo, en 2006 se registraron unos 842 millones de turistas entre países, hecho que hace muy posible que la cifra en 2010 ronde las previsiones de 1.007 millones de turistas internacionales, con la clara evidencia de que no existan elementos que distorsionen la tendencia.

En conclusión, se prevé que los flujos turísticos internacionales -aunque también los nacionales-, se incrementen de una manera muy significativa en los próximos años, pues rondarán el 175 por ciento de aumento entre 1995 y 2020, o lo que es lo mismo, un añadido de mil millones de efectivos más. Europa seguiría liderando los movimientos turísticos internacionales, aunque con una escalada muy fuerte del área de Asia Oriental y el Pacífico (casi un 400 por ciento en estos 25 años). Esto se debería sobre todo al dinamismo de la economía china, hecho que estaría influyendo de manera muy positiva tanto en la emisión como recepción de turistas.”

Fuente: Tomado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-258.htm>



3.- EL TURISMO CONTEMPORÁNEO

Autor: MIGUEL ÁNGEL GONZÁLEZ SUÁREZ.

Presidente Centro de Iniciativas y Turismo de Santa Cruz de Tenerife.

"EL SIGLO XIX es la etapa más trascendente en el desarrollo de la naciente industria turística, provocada por la Revolución Industrial que promovió el auge del ferrocarril y la navegación a vapor; al aplicarse la destacable invención de la máquina de vapor de James Watt, a mediados de la centuria anterior. Stephenson en 1825 inventaba la locomotora de vapor en Inglaterra. Lo que proporcionó nobles ventajas sobre los sistemas de transporte terrestre del momento, aportando: velocidad, comodidad y capacidad. El otro medio revolucionario fue el barco de vapor que incrementó el tráfico desde Europa a América y Extremo Oriente, desarrollándose las insignes compañías británicas como la P&O y Cunard, que establecieron servicios regulares con los principales puertos del mundo. La apertura del canal de Suez en 1869 fue otra de las trascendentales ventajas que permitieron acortar las distancias con Extremo Oriente.



A partir de la segunda mitad del siglo, las preferencias se orientan hacia dos vertientes: los turistas que preferían "el sedentarismo", con estancias en una playa o un balneario, y a los que les apetecía "el desplazamiento o el itinerario".

Las predilecciones y motivaciones de los viajeros de esa época fueron: 1/ Las playas. Tanto las frías del norte Europa como las más cálidas del Mediterráneo, pero muy especialmente las de La Costa Azul francesa. 2/ El termalismo. Haciendo especial mención a los europeos. 3/ Los flujos hacia las playas originaron una abundante actividad social, produciéndose inercias alrededor de los casinos del sur de Europa. 4/ El contacto con la naturaleza, el paisaje y la práctica de deportes de invierno, preferentemente en las zonas alpinas de Suiza e Italia. En este espacio de tiempo se crean numerosos centros de excursionistas.



Desde la segunda mitad del XIX hasta la 1a Primera Guerra Mundial se experimentó un cierto "boom" turístico. Las corrientes turísticas comenzaban a tener dimensiones destacables y sobrepasaban todo lo conocido hasta entonces. El turismo se había desarrollado como un simple fenómeno local y se fue transformando en mundial. Países como Austria, Suiza, Francia, Gran Bretaña e Italia, entre otros, obtuvieron considerables réditos. En lo que se refiere a la evolución en el continente americano podemos subrayar: La creación de los primeros Parques Nacionales en Estados Unidos (1.872) y los centros turísticos de costa, como el de Atlantis

City, próximo a Nueva York (1824), o los de la península de Florida. Y en el sur del continente, la creación de los centros turísticos de Mar del Plata, en Argentina y Viña de Mar en Chile.

Pero el afianzamiento de este gran invento británico se produce ya en el siglo XX. Tras la II Guerra Mundial, instante en el que se conjugan las principales condiciones para el impulso masivo. Sin embargo, durante la primera mitad del siglo (1900-1945), la actividad turística moderna se va a robustecer por una serie de hechos históricos:

1/ La evolución del transporte: nacimiento del automóvil. La prehistoria del automovilismo y del autocar como medio colectivo de transporte se sitúa entre 1914 y 1921 como consecuencia del comienzo de la fabricación de una serie de ambos tipos de vehículos. El primer autobús, tal como lo entendemos hoy, fue construido por Frank Fageol en 1921 en Estados Unidos. Este período se identifica por el auge paulatino del transporte de automotor y posteriormente la entrada con mucho ímpetu de la aviación comercial. Los vehículos se fueron adaptando al transporte de pasajeros y entre 1910 y 1920, los ingleses comenzaron a realizar excursiones en autobús. Sin embargo, el ferrocarril y el barco hasta mediados del XX son los medios turísticos con mayor incidencia.



2/ Desde finales del siglo XIX hasta después del estallido de la 1a Guerra Mundial se caracteriza por un turismo de las clases acomodadas burguesas.

El período entre guerras (1918-1939) tiene una curva ascendente en el desarrollo del turismo, excepto durante el "crack" del 29, que produce una depresión económica en EEUU que se extiende por Europa, repercutiendo gravemente en el turismo durante más de un lustro, de este trance se comienza a salir en 1938, un año antes del comienzo de la 2a Guerra Mundial. Durante este atroz conflicto (1939-1945) se causó una parálisis económica que repercutió de forma muy negativa en el incipiente sector.

La recuperación durante la posguerra se prolongó unos años y es a partir de 1950 cuando comienza de nuevo la verdadera curva ascendente del turismo, originando el período de oro; "el boom turístico". Los posteriores 25 años se consideran una de las etapas de mayor expansión.



Los factores que hacen posible la explosión del turismo de masas son:

1/ Factores políticos: en el planeta se comienza a vivir un período prolongado de paz, a excepción de algunos conflictos, lo que permite el crecimiento del turismo en las zonas de estabilidad política: el Mediterráneo, Centroeuropa y Estados Unidos.

2/ Los elementos económicos. A partir de los 50 aumenta el poder adquisitivo de capas de población en los países occidentales como consecuencia del desarrollo industrial y productivo. Se consolidan las clases medias.

3/ Agentes educacionales y culturales: la expansión de la educación y la cultura despierta un mayor interés por conocer otros pueblos.



4/ Componentes sociológicos y laborales: la expansión de la población urbana e industrial y los problemas que plantea esta nueva y agitada vida, provocando el deseo de evasión, descanso y recreo. Con las mejoras de las condiciones laborales y sociales disminuyen las jornadas laborales, lo que permite el establecimiento de vacaciones anuales retribuidas.

5/ Ingredientes técnicos: los grandes avances tecnológicos, la comunicación y el transporte: el automóvil, el autocar, el ferrocarril, el avión, etc. van a permitir viajar con más rapidez y comodidad a las zonas más lejanas del mundo con un abaratamiento progresivo de los precios y en especial el del avión.

6/ Factores psico-comerciales: la expansión de la publicidad y las técnicas de marketing propician una gran penetración e influencia y establecen un aumento de la motivación.

En esta fase se origina el despegue decisivo y desarrollo masivo de la aviación comercial. Las aeronaves experimentan un progreso técnico considerable, se pasa de la hélice al reactor, se inicián los vuelos nocturnos, se amplía la capacidad de los reactores, los aeropuertos mejoran sus equipamientos, se aumenta la velocidad y se mejoran técnicamente las aeronaves.

En lo que respecta al derecho aéreo se flexibiliza mediante una serie de conferencias internacionales que dieron nacimiento a la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA) en 1945 en La Habana. Todos estos hechos pusieron a la aviación al alcance del turismo internacional. El avión a reacción, el avión de gran capacidad y el vuelo chárter hacen que el turismo se dispare. Es a partir de este instante cuando esta actividad ya no va a parar y su progresión va a ser espectacular en todo el mundo. En 1950, según la OMT, se movieron 25 millones de turistas extranjeros, en 1970, 69 millones, diez años más tarde 190 millones y en 2006 la friolera cantidad que sigue creciendo de 842 millones de turistas.”

Fuente: Tomado textualmente de <http://eldia.es/2007-08-03/dinero/5-turismo-contemporaneo.htm>



4.- TURISMO, CULTURA Y DESARROLLO

(Fragmentos de la publicación del mismo título, en proceso de edición por AECI)

Autor: Damián Moragues Cortada. 2006.

INTRODUCCION: “Desde hace muchos años la relación entre el turismo, la cultura y el desarrollo - claramente evidente- ha sido tratada en artículos, libros y publicaciones desde muchas perspectivas, la mayoría, sin embargo, en el contexto de la simple reflexión académica. La acepción Turismo Cultural, que parece haberse convertido, improvisada y precipitadamente, en la concreción práctica de todas las disquisiciones teóricas, tiene una amplia literatura e infinidad de asociaciones y entidades que, con mayor o menor fortuna, discurren por un amplio campo de actuación, impreciso en ocasiones y extremadamente específico en otras.



Esta aceptación del Turismo Cultural como la suma absoluta del compendio de relaciones entre turismo, cultura y desarrollo puede considerarse, en todo caso, como restrictiva de las potencialidades que implica la interacción entre estos tres ámbitos y como arriesgada, también, por un cierto estilo elitista. La aplicación práctica del llamado Turismo Cultural no ha ido más allá, en la mayoría de los casos, de una pequeña parcela selectiva de un gran mercado turístico, que dispone ya globalmente de determinados contenidos culturales...

Se pretende, aquí, dar un paso más allá del turismo cultural -entendido en los términos más comunes- para abrir la perspectiva a un nuevo espacio de relaciones más eficaz, quizás menos ortodoxo, pero definitivamente asentado en la consecución de un marco de beneficios socioeconómicos, precisamente para las comunidades menos favorecidas y que necesitan de instrumentos de dinamización en su evolución económica y social.



realidades tangibles y cuantificables, que sean percibidas por la población protagonista de la implementación de proyectos y programas...

4. 1.- EL TURISMO



Turismo es algo que, de una u otra manera, siempre se hizo. La curiosidad, la necesidad de descubrir nuevos espacios, de interaccionar con otras gentes, forma parte de nuestra misma condición. Evolucionamos y, por tanto, nuestras motivaciones y nuestros comportamientos van variando hasta convertir el turismo en uno de nuestros consumos cotidianos. Aún así, subyacen en nuestro inconsciente razones muy primitivas que nos impulsan a descubrir que hay detrás de la montaña y a contrastar nuestro modo de vida con el de otras sociedades con evoluciones culturales muy distintas.

Teniendo en cuenta una definición tan amplia y el hecho, constatado, de las dificultades de ubicación de la actividad turística en el contexto administrativo, sugiere que se está tratando, en resumen, de situar, en términos de poder, las decisiones sobre el devenir turístico de cada territorio en un marco operativo, cuyos objetivos han de responder al modelo de desarrollo y al modelo de sociedad que los gestores del territorio decidan, en una primera y trascendental decisión.

Naturalmente, todas las definiciones de turismo, incluso las más antiguas, nos pueden proporcionar pistas sobre aspectos relevantes de su relación con la cultura. En realidad, parece indisociable el turismo de la cultura y, en todo caso, no se entendería la misma génesis del turismo sin implicaciones culturales significativas.





Definición de turismo según (*H. Von Schullard. 1910*). "La suma total de operadores principalmente de cariz económico directamente relacionados con la llegada, la estancia y el movimiento de forasteros en un determinado país, ciudad o región"



Explicación de turismo según la *Liga de las Naciones (1937)*: "Es cualquier persona que viaja por placer y abandona su lugar de residencia habitual por menos de un año y por más de 24 h. Los viajes de menos de 24 horas se definen como excursiones".



Comentario de lo que es el turismo según *Hunziker y Krapf. 1942*: "El turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de forasteros, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una residencia permanente y no esté relacionada con actividades remuneradas".



El turismo según *Tourism Society of England. (1976)*, lo explica como "el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación".



Entre tanto la *Organización Mundial del Turismo*, en 1994, lo definió como, "el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos "

Aún cuando el turismo tiene la gran opción de acomodarse para ser compatible con una innumerable cantidad de otras actividades, subyace aquí un paradigma básico en el desarrollo turístico y que se resume en la subordinación de otras políticas a las políticas turísticas o viceversa.

En resumen, no se trata tanto de la definición de instituciones que ríjan la política turística, sino del orden jerárquico por el que los distintos estamentos de un Gobierno (a la escala que sea) determinan la importancia del turismo en esa zona.

Ello tiene que ver, ineludiblemente, no tan solo con el turismo, sino, como se afirmaba anteriormente, con la visión general, el modelo de desarrollo, que se prevé para ese territorio.

5.- EL TURISMO COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN

En la exploración de los conceptos de turismo y de las consecuencias de éstos sobre la sociedad, adquieren especial valor, en una perspectiva de futuro y muy especialmente en su relación con la cultura y el desarrollo, definiciones actuales como la de Bertram M. Gordon (Mills College. California) "La expresión de la curiosidad. Curiosidad en movimiento". Merece especial atención la aproximación de la idea del turismo a la necesidad de conocer, como de descubrir...



posiblemente mediatizado- a nuestra confortabilidad cotidiana, nos proporciona la oportunidad de satisfacer nuestra curiosidad, nuestro deseo de aprender, en directo, en el lugar de los hechos y contrastarlo con nuestro bagaje cultural y nuestra experiencia vivencial...

Si se acepta este contenido principal de curiosidad y de instrumento de comunicación, en un concepto moderno del turismo, nos acercamos, mucho más, a la valoración de la cultura, en un sentido amplio, como elemento clave en las motivaciones de los viajeros y proporcionamos una herramienta trascendental para el desarrollo, en aquellos lugares con contenidos culturales capaces de atraer la curiosidad del viajero moderno. Ciento es que la contraposición del bagaje cultural del viajero, muy en especial cuando éste proviene de sociedades económicamente avanzadas, con la cultura autóctona local, en lugares supeditados administradamente a los mercados emisores, puede suponer y de hecho ya lo supone en muchos lugares del mundo, riesgos muy notables que solamente son minimizables en una perspectiva de sostenibilidad,

Quedaría expresivamente definido el marco conceptual del turismo moderno en esta línea de medio de comunicación cultural, si no tuviéramos que admitir que gran parte, quizás la mayoritaria, del turismo de hoy en día se mueve en el entorno del uso banal de un territorio. Si bien esto es evidente y perjudicial en una visión sostenible del desarrollo, hay que aceptar que no se hace, en turismo, otra cosa distinta de la habitual en la mayoría de los medios de comunicación masivos.

En otras palabras, las cuotas de audiencia, también en la actividad turística, prevalecen sobre otros muchos valores de mayor relevancia cualitativa, aún cuando estos últimos sean reiteradamente reivindicados por los profesionales del mismo medio.



6.- EL MARCO DEL DESARROLLO. TURISMO Y ALIVIO DE LA POBREZA.

En una perspectiva de futuro con respecto a las potencialidades del turismo en cuanto al alivio de la pobreza, habría que prestar especial atención a una serie de factores / clave, que determinan el marco en que la actividad turística se produce y sus consecuencias sobre los destinos:

1.- POLITICAS DE GESTION TURISTICA

- *Tiende a concentrar los ingresos del turismo, que son, posteriormente, transferidos a potentes centros exportadores que suministran al destino turístico. Mientras éste sufre los mayores impactos sociales, culturales y medioambientales, recibe a cambio la parte menor del total de los ingresos.*

2.- PROTAGONISMO EN LA ACTIVIDAD TURISTICA

- *Recae habitualmente en el turista, cuya satisfacción es el fin último de todo el proceso. Se impone un cambio substancial hacia un nuevo paradigma en el que la actividad turística pase a ser un medio cuya finalidad es el desarrollo socioeconómico y la preservación del medio ambiente del destino, de manera que el protagonismo de la actividad turística pase a los participantes en toda la cadena productiva, básicamente la población local.*

3.- INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

- *Miden el éxito o fracaso del desarrollo turístico se sustentan generalmente en datos sobre el crecimiento del PIB, el número de visitantes, de hoteles, los índices de ocupación de los alojamientos, etc. Una nueva visión daría prioridad a indicadores que dieran medida de las posibilidades de continuidad del destino, la preservación y mejora de su patrimonio natural y cultural, los beneficios socioeconómicos para la población del destino, la distribución de renta entre sus distintos segmentos sociales y, con especial relevancia, las oportunidades creadas para la superación de la pobreza.*

4.- INDICADORES EN LA ACTIVIDAD TURISTICA

- *Los indicadores que cualquier actividad turística es susceptible de convertirse en motor de desarrollo socioeconómico y de alivio de la pobreza. Tan importante es crear nuevas oportunidades, como integrar, en la realidad turística global existente, nuevas políticas que faciliten el alivio de la pobreza.*

7.- SOSTENIBILIDAD CULTURAL Y TURISTICA

Se trata de sostenibilidad en muchas dimensiones y no existe, formalmente, un patrón aplicable de manera uniforme a cualquier aspecto del desarrollo. En cada caso hay que crear

parámetros y medidas, que hagan posible la aplicación del concepto de sostenibilidad. Básicamente, se entiende la sostenibilidad en su dimensión ambiental / ecológica, económica, social, cultural y político institucional, por lo que se hace difícil, en todo caso, dar recetas parciales en una perspectiva global de sostenibilidad. Es decir, la dificultad estriba en si nos podemos plantear proyectos culturales o turísticos sostenibles en entornos económica o



institucionalmente insostenibles...

La Organización Mundial del Turismo definió, en el 2002, como turismo sostenible "...aquel que atiende las necesidades de los turistas de hoy y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y amplía las oportunidades para el futuro. Se percibe como el marco principal para la gestión de todos los recursos, de tal forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, sin detrimento de la integridad de la cultura, de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los sistemas que preservan el mantenimiento de la vida"...

Si se profundiza algo más en esta idea, se apreciará que un turismo socialmente justo abarca una enorme cantidad de aspectos, que van desde la misma distribución de las rentas que genera hasta el respeto y mantenimiento de la cultura local. Por descontado, queda patente la preservación del medio ambiente, aunque la experiencia práctica demuestra que, al margen de zonas específicamente protegidas, este axioma es difícilmente aplicable en el contexto de evoluciones urbanísticas y de tratamiento del territorio muy poco sostenibles. Aunque los dos parámetros tratados fueran cumplidos estrictamente, queda un tercero, la viabilidad económica, que es muy poco tenido en cuenta generalmente en procesos de desarrollo asentados en iniciativas públicas...



8.- NUEVAS PERSPECTIVAS EN LA RELACION TURISMO, CULTURA Y DESARROLLO

Se parte de una situación caracterizada por:

- *Un amplio recelo del sector cultural ante el hecho turístico.*

- Una organización administrativa estanca y poco permeable de los estamentos de la cultura.
- Un desequilibrio notable entre los objetivos de conservación y de difusión entre los gestores del patrimonio.



- La ausencia de tecnología eficaz para la conversión de los activos culturales en motores del desarrollo.

- Un tratamiento extremadamente banal de la cultura por parte del sector turístico.

- La imposición, en turismo, de modelos estandarizantes que no atienden a la diversidad cultural.

- Una industria turística altamente agresiva, parasitada por el sector inmobiliario, con una dinámica mayoritariamente extractiva de beneficios a muy corto plazo.

- Un conjunto de zonas fuertemente afectadas por las prácticas de los últimos 30 años, que son una nueva realidad

difícilmente transformable o modulable hacia nuevos modelos sostenibles.

- Un marco mundial de desarrollo cuantitativo que tiende a agravar los problemas de sostenibilidad en todas sus dimensiones.
- La dificultad, en países y zonas en vías de desarrollo, de implementar proyectos turística y culturalmente sostenibles, en el contexto de procesos globales inestables, inmediatistas y muy mediatisados por actuaciones transnacionales con escasa perspectiva sostenible.
- Un marco de organizaciones internacionales voluntarista, pero que no tiene la capacidad normativa para determinar pautas sensatas y justas, que obliguen a todos los actores del desarrollo.
- Una cooperación internacional contradictoria que pretende favorecer simultáneamente el desarrollo sostenible de los países menos avanzados y proteger los intereses extractivos de las empresas transnacionales de los países donantes.



8. 1.-Desde la dimensión turística

La opción se plantea en los términos de una nueva perspectiva de negocio para la industria turística, basada en un cambio de modelo estratégico que se oriente hacia una perspectiva más sostenible, tanto por un proceso regulatorio de las administraciones públicas, como por la misma autorregulación que la industria debe asumir como consecuencia de las variaciones

que está experimentando la demanda. Se apuntan ya expectativas formales en este campo, como consecuencia de que el marco competitivo actual , en el turismo allí inclusive por ejemplo, se basa en los bajos precios y las ofertas, lo que significa una reducción progresiva de los beneficios de este modelo de gestión turística... Es, en síntesis, un camino hacia la demostración de que también hay opciones de negocio muy significativas para la industria turística de masas, en el marco del turismo sostenible.



la actividad turística, reducimos las posibilidades de dinamización socioeconómica de los lugares menos avanzados del planeta a pequeñas opciones minoritarias o experimentales. Cabe añadir que cuando nos acercaremos muy próximamente, según la OMT, a cifras de más de 1000 millones de turistas en todo el mundo, es difícilmente comprensible no tratar el turismo como un fenómeno masivo...

... Otro tema es la tasa de estancia, entendida como el pago por la contraprestación de unos servicios específicos para el turismo que ofrece el territorio. Debe entenderse que se trata tanto de los servicios públicos que genera la actividad turística por sí misma, como de los servicios que debe realmente recibir un turista durante su periplo. Esta tasa sería obvia si el territorio dispusiera de mecanismos de rentabilización de los flujos turísticos, es decir, si el cómputo global de los servicios específicamente turísticos fuera compensable por el volumen de actividad económica que generan los turistas.

En la actualidad se estudia otro tema en turismo, que es el analizar los mecanismos de rentabilización de los flujos turísticos todas las actividades económicas, y que pueden rentabilizar la estancia del turista en el territorio. Naturalmente estas actividades pueden tener características bien distintas, desde la misma prestación de servicios básicos al turista (restaurantes, alojamiento, por ejemplo) hasta la reactivación del comercio local o de la artesanía... En este sentido, las previsiones de la Organización Mundial del Turismo cifran el crecimiento del sector en los próximos años en



una cifra cercana a los 250 millones de turistas, cuya distribución va a ser capital en la virtualidad del turismo como factor de desarrollo socioeconómico. En realidad, se pueden contemplar tres escenarios posibles para esta distribución:

- *La hiperstauración de los destinos turísticos tradicionales.*
- *La creación de nuevos desarrollos de corte extractivo en polos y centros de preferente implantación de la industria turística.*
- *La distribución entre destinos emergentes de zonas poco desarrolladas con planificaciones sostenibles en base a los activos culturales y naturales.*

8. 2.-Desde los organismos internacionales

En las referencias a la interacción entre cultura y turismo que se hacen en diversas partes de esta publicación, se reclama, en general, un acercamiento técnico y metodológico y, aún más allá, la asunción de un rol de liderazgo del mundo de la cultura en el proceso de incentivación, a través del turismo, del desarrollo sostenible. Naturalmente, la expresión del alejamiento entre los dos ámbitos se refleja, también, en las organizaciones internacionales, en las que, desde la cultura, se reduce toda relación con el turismo al espacio marginal del turismo cultural, tal cual si se tratara de una vacuna preventiva ante la posibilidad de determinados riesgos de contaminación. Más allá de esta consideración anecdótica, es patente que son innumerables las organizaciones que de uno u otro modo tienen que ver con la cultura y el desarrollo y, entre ellas hacemos referencia a la más notable por sus dimensiones y vinculación con Naciones Unidas, la UNESCO, que, tal como ya se apuntaba, reduce en la actualidad operativamente su relación con el turismo al ámbito del turismo cultural, en el que lleva a cabo iniciativas puntuales en algunos lugares del mundo. Aún así, UNESCO, muestra su preocupación por el futuro de las relaciones cultura / turismo y manifiesta su interés en profundizar en temas, alguno de los cuales ha sido ampliamente tratado en estas páginas.

La organización expresa sus perspectivas en la siguiente forma: "Los efectos del turismo son tales, que hacen falta absolutamente estrategias innovadoras para sentar las bases de unas verdaderas políticas internacionales, regionales y locales. La UNESCO se propone acompañar a sus 191 Estados Miembros en la formulación de sus políticas, replanteando la relación entre turismo y diversidad cultural, entre turismo y diálogo intercultural, y entre turismo y desarrollo. De este modo piensa contribuir a la lucha contra la pobreza, a la defensa del medio ambiente y a un aprecio mutuo de las culturas". Recuérdese lo que ya se dijo anteriormente, en relación con la necesidad de replantear, pero con la urgencia de actuar.



Organización de las Naciones Unidas
para la Educación, la Ciencia y la Cultura

También son numerosos, aunque en menor cantidad, los organismos dedicados al sector turístico, máxime teniendo en cuenta que gran parte de ellos atienden solamente a una visión industrial del fenómeno turístico y que la más relevante, la Organización Mundial del Turismo, vinculada a Naciones Unidas, ha adquirido casi un papel omnímodo en todo lo referente al turismo y su entorno. Si bien, desde la OMT se hacen referencias a la cultura de manera

reiterada en la mayor parte de sus documentos y publicaciones, es patente que no existe un acercamiento formal entre organizaciones de uno y otro ámbito que tenga como objetivo el trabajo común y sus potencialidades conjuntas en la generación de desarrollo socioeconómico. Desde la OMT se concibe el turismo como una actividad que lo abarca todo y, por tanto, se trata, desde la OMT, de organizar y coordinar ese todo, sin lo que podríamos llamar contactos externos. Prima, además, como se puede observar en sus documentos, una muy notable preocupación por la parte empresarial de la actividad turística.



9.- PARAMETROS PARA NUEVOS ENFOQUES TURISTICOS

Par el desarrollo de este tema se hace necesario presentar algunas consideraciones en entorno de los principales factores a tener en cuenta al abordar cualquier iniciativa en este ámbito y que son:

- La relación cultura/turismo en la perspectiva del desarrollo solamente es posible y eficaz en el marco de planificaciones globales sostenibles que tengan en cuenta todos los aspectos del territorio y las dimensiones amplias del turismo y la cultura. Se debe minimizar el riesgo que suponen los proyectos experimentales en pequeños lugares y comunidades, que pueden, potencialmente, hipotecar la credibilidad del desarrollo turístico y de los mismos gestores del proyecto.
- La perspectiva de generación de dinámica turística a partir de un activo cultural singular es, naturalmente, positiva, pero lo más trascendente en cuanto a desarrollo socioeconómico es la virtualidad de integrar la cultura y, por tanto, a sus protagonistas -la población local- en los movimientos turísticos cuantitativamente importantes.
- La creación o consolidación de atractivos culturales debe ir indefectiblemente



acompañada de mecanismos de rentabilización de los flujos turísticos. Es decir, si el territorio no obtiene beneficios económicos del uso de sus atractivos naturales y culturales acaba subvencionando al visitante.



- En una perspectiva de desarrollo, el visitante pasa a formar parte del mercado y, por tanto, cualquier proceso debe asentarse en un tratamiento formal y adecuado de estrategias mercadológicas. Dentro del mercado turístico no existe un segmento específico, fácilmente acotable, para el consumo cultural, ya que el turista es, fundamentalmente, policonsumidor.

- La adaptación e interpretación de los activos culturales de un territorio debe adecuarse a los lógicos requisitos de la dinámica turística, pero no transformarse en algo nuevo, ajeno a la identidad cultural autóctona. La magnificación o mixtificación de determinados atractivos culturales puede excluir otros aspectos de la cultura local y/o puede hacer perder uno de los valores más importantes del desarrollo turístico sostenible, la autenticidad.

- En la planificación, diseño y gestión de cualquier proyecto se debe contar con profesionales de la cultura y del turismo que complementen sus tecnologías para el desarrollo de propuestas coherentes. La ausencia de una u otra especialidad profesional conlleva, habitualmente, el colapso del proyecto o de su perspectiva de sostenibilidad.

- La preeminencia en la dirección del proyecto de las instituciones culturales da mayor valor a los contenidos de los productos finales y garantiza, frente al consumidor, el rigor cultural de la oferta.
- La cooperación para el desarrollo, tanto desde la cultura como desde el turismo, debe cumplir un ciclo completo que va desde los primeros pasos de identificación de activos convertibles en atractivos turísticos, pasa por su documentación, puesta en valor, adaptación e interpretación, estructuración de productos y finaliza en la ubicación de éstos en los mercados turísticos con entidad suficiente para generar beneficios socio-económicos para la población local.



- Ninguna iniciativa de desarrollo es posible ni sostenible si no cuenta con un alto grado de participación de la población local en todas las partes del proceso. La implicación en la misma planificación y en la gestión final de productos y servicios es la garantía de una consecuencia positiva directa para la población y, por tanto, para su desarrollo socioeconómico.”

Fuente: Tomado en parte de <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm>

10.- EVALUACIÓN TIPO ECAES

Administración Turística y Hotelera: Este programa no tiene examen específico y presenta el mismo que Administración de Empresas. De acuerdo con Álvaro Morales Otero, director del Programa, todas las instituciones del país que tienen Administración Turística y Administración de Empresas presentan un solo grupo...

Los grupos de preguntas que se incluyen en las pruebas de historia de cualquier época y de cultura general son los siguientes:

a.- Cultural: Se relaciona con las maneras fundamentales a través de las cuales las sociedades se apropián y transforman su realidad. Este grupo de preguntas trata temas como las costumbres, las tradiciones y la religión, así como la producción científica y artística. Así, este ámbito indaga sobre el problema de la construcción de la identidad social, la creación de cosmovisiones y la producción cultural en diferentes períodos históricos.

b.- Político: Se centra en la organización del Estado y en las instituciones políticas, con una perspectiva histórica. Aborda conceptos como poder, partidos políticos, sindicatos, grupos de oposición y normas jurídicas, así como las diferentes concepciones sobre el Estado y la sociedad.



c.- Económico: Se evalúan las relaciones que definen los diferentes sistemas de producción y distribución que las sociedades han utilizado en el plano local, nacional e internacional, tales como el esclavismo, el feudalismo, el capitalismo, el comunismo y el socialismo. Sus preguntas giran en torno a los orígenes de dichos sistemas, así como a las diferentes formas en que históricamente, algunas sociedades o culturas han organizado sus economías.

d.- Social: Rescata el papel histórico que desempeñaron diferentes sectores sociales en situaciones históricas determinadas, como en la Revolución de los Comuneros o en la Segunda Guerra Mundial. En este sentido, incluye el análisis histórico de las estructuras e instituciones sociales, su organización y desarrollo, así como la incidencia de la informática y los medios masivos de comunicación en el mundo social.

PRUEBA ECAES

A continuación se encuentran una serie de preguntas cerradas de tipo 1, donde solo una respuesta es la adecuada. Léelas, analízalas, selecciona una respuesta, márcala y al finalizar toda la prueba escoge 10, y explica el porqué de la selección.

1.- La palabra “**historia**” tiene muchos usos, y la usamos cotidianamente al hablar. Pero cuando nos referimos a su estudio –el del colegio, por ejemplo-, nos vamos a concentrar en el significado de la **Historia** como:

- A.- La ciencia que estudia el pasado de las sociedades humanas de toda la Tierra.
- B.- El estudio de las comunidades actuales únicamente.
- C.- la investigación de los grupos indígenas de la cuenca amazónica.
- D.- El estudio de los afro descendientes, mestizos y blancos del siglo XVII.

2.- Una **línea de tiempo universal** es aquella que identifica una serie de sucesos reconocidos a nivel general con los nombres de **Prehistoria** e historia. De la primera son importantes:

- A.- El Big bang y el descubrimiento de América.
- B.- La edad de piedra y la invención de la escritura.
- C.- La gran explosión y la edad de los metales.
- D.- El arte rupestre y la conquista del espacio interestelar.

3.- Además en la misma línea de tiempo universal, en su parte correspondiente a la **historia**, son importantes sucesos como:

- A.- La evolución de la vida y del ser humano.
- B.- La caída de Roma y el descubrimiento de la agricultura por la mujer.
- C.- La caza, la pesca y la recolección.
- D.- El Renacimiento cultural y la invención de las vacunas.

4.- A finales del siglo XX uno de los más complejos procesos que vive Colombia tiene que ver con el desplazamiento forzado. El conflicto armado fue el gran responsable de este fenómeno. El analfabetismo entre los desplazados alcanza el 10%, el 77% de los niños que se ven afectados no continúan con sus estudios. El desplazamiento modifica la calidad de vida de los desplazados, altera la tenencia y la producción agropecuaria, e inclusive afecta la seguridad y las formas de convivencia de las familias en las ciudades. Varias alternativas para contrarrestar los efectos del desplazamiento son:

- A.- Promover acciones de convivencia entre los protagonistas del conflicto armado.
- B.- Establecer fuertes medidas para garantizar la vida y protección de los otros ciudadanos.
- C.- Garantizar a través de leyes la propiedad y la producción de los minifundios.
- D.- Fortalecer la presencia del estado a través de una amplia infraestructura social.

5.- En relación con la línea de tiempo de Colombia aparecen conceptos como la época indígena, hispánica y republicana. En su orden, sucesos que se desarrollaron en dichas épocas fueron:

- A.- La esclavitud de los negros, la Patria boba y La hegemonía conservadora.

- B.- La domesticación de plantas (maíz) por los indios, la fundación de poblados, la independencia.
- C.- La alfarería indígena, la mita y la colonia.
- D.- El poblamiento americano, el descubrimiento de las Indias y el exterminio de los indígenas.

6.- A través de la figura de Jorge Eliécer Gaitán, surge un líder que representa los intereses de una nueva clase social que estaba emergiendo merced a los cambios económicos: una pequeña burguesía y clase media incipiente y junto a ella, la movilización de Gaitán de otros grupos sociales (artesanos, pintores, barberos, prostitutas) y programas que propugnaron cambios que los nuevos ritmos del tiempo le exigían, contra un pequeño grupo de terratenientes y financieros privilegiados. Por lo tanto podemos afirmar que:

- A.- Gaitán puso en evidencia una clase política hegemónica y excluyente.
- B.- Gaitán le dio un perfil político a las protestas de los sectores populares.
- C.- Antes de Gaitán las clases populares no se encontraban organizadas.
- D.- Gaitán fue la respuesta a un nuevo orden mundial que estaba emergiendo.

7.- Entre las causas que contribuyeron al desencadenamiento de la Segunda Guerra Mundial hubo varias, excepto:

- A.- La enemistad con Japón y los Estados Unidos por deseos imperialistas en el Pacífico y el Lejano Oriente.
- B.- Las diferencias ideológicas entre las democracias occidentales, el nazismo y el fascismo.
- C.- El empeño de la URSS para demostrar su poderío bélico ante Estados Unidos.
- D.- El Tratado de Versalles que puso fin a la Primera Guerra Mundial, considerado humillante por Alemania.

8.- La “**geografía**” es la ciencia que estudia la descripción de la Tierra en general; pero también aborda y explica:

- A.- lo social (sociedad y entornos que habitan).
- B.- lo territorial o ambiental (localización y distribución de fenómenos naturales y culturales),
- C.- Los paisajes naturales de otros planetas.
- D.- a y b únicamente.

9. - Los límites de Colombia con Brasil, Venezuela, Panamá, Ecuador y Perú se han acordado mediante tratados bilaterales y en general no tienen discusión en cuanto a sus fronteras terrestres, salvo la definición con Venezuela respecto del golfo de Coquibacoa.

A fines del siglo XX Colombia celebró un tratado con Honduras sobre delimitación de áreas marinas y submarinas lo cual ha causado grave malestar en el pueblo nicaragüense quienes no han renunciado a sus pretensiones sobre el Archipiélago de San Andrés. Una alternativa para conjurar estos problemas limítrofes y evitar conflictos internacionales pueden estar en:

- A.- La cesión de territorios en procura de la consolidación de la paz mundial.
- B.- Los acuerdo tripartitos entre las naciones para lograr fronteras más justas.
- C.- La creación de tribunales internacionales muy éticos para dirimir los conflictos.
- D.- Las confrontaciones bélicas ya que no hay salida a las tercias pretensiones anexionistas.

10.- El artículo 101 de la Constitución Nacional señala que forma parte de Colombia, además del territorio continental, el archipiélago de San Andrés, providencia, Santa Catalina y la Isla de Malpelo, además de las islas, islotes, cayos, morros y bancos que le pertenecen.

También son parte de Colombia, aquellos espacios defendidos de conformidad con el derecho internacional o las leyes colombianas. En relación con este artículo, se puede establecer que parte de la soberanía colombiana:

- A.- Las islas de San Andrés frente a las costas nicaragüenses y los Monjes de Venezuela.
- B.-La costa de Mosquitia en Nicaragua, el golfo de Venezuela y Panamá.
- C.- El subsuelo, el espacio aéreo, el mar territorial y la plataforma continental.
- D.- La zona contigua, la zona económica exclusiva y la isla de contadora Panamá.



11.- Al entender la geografía humana como la geografía de la población se deduce inmediatamente que el estudio del agrupamiento racial en la superficie terrestre, la cantidad y densidad poblacional y su estructura por sexos, edades y tamaños familiares, las migraciones y los proceso demográficos, se convierte en un estudio casi estadístico. Pero los idiomas e identidades religiosas especializan esta geografía y la convierten en cultural. De lo anterior concluimos que la geografía humana:

- A.- Tiene múltiples manifestaciones según como se mire su estructura.
- B.- Es la ciencia que más relación tiene con la lingüística.
- C.- Esta estrechamente relacionada con el estudio porcentual de la población.
- D.- Corresponde a una ciencia teórica con postulados económicos.

12.- El territorio colombiano ha evolucionado geológicamente desde la era precámbrica hasta la actualidad, pero específicamente en la era **secundaria o mesozoica** se destacó por:

- A.- Solo existía la saliente del Vaupés y la Tierra estaba unida en un solo continente: La Pangea.
- B.- ya existía la totalidad de tierras emergidas como cordilleras y el vida era con los mamíferos.
- C.- la presencia de vida marina y el plegamiento de la cordillera central que era muy volcánica.
- D.- predominó la existencia de ictiosauros y del ser humano.

13.- El istmo de Panamá tiene una posición geográfica privilegiada. Para Colombia era importante a finales del siglo XIX, abrir una canal a lo largo de 82 Km. Para comunicar los océanos Pacífico y Atlántico, y una vez construidos los barcos podrían hacer en unas cuantas horas un viaje que tardaba semanas. Era obvio que Colombia viera la necesidad de construir y controlar el canal de Panamá porque:

- A.- La fuerza naval norteamericana estaba en crisis por aquella época.

- B.- El país tenía grandes ventajas económicas y militares.
 C.- Se fortalecían los lazos diplomáticos con muchas naciones americanas.
 D.- Se incrementarías la actividad financiera en el caribe y Centroamérica.

14.- En 1878 el gobierno colombiano firmó un contrato con una compañía francesa para la construcción del canal de Panamá, pero en 1899 se quebró a la cabeza de Fernando de Lesseps, fue entonces cuando los Estados Unidos se interesaron por el canal, pero como no pudieron llegar con el gobierno colombiano a un acuerdo que les favoreciera, decidieron:

- A.- Ocupar y colonizar el istmo más grande de América.
 B.- Apoyar un movimiento separatista que les facilitó el control sobre el canal.
 C.- Negociar con el gobierno la administración del Istmo.
 D.- Construir la vía de comunicación interoceánica que benefició a Colombia.

11.- ACTIVIDADES SOBRE EL TEMA PROPUESTO

La siguiente evaluación fue tomada de <http://www.langschool.eu/textbook/advanced-es/unit06.es.html>

Ejercicio 1: Verdadero/Falso Para cada afirmación abajo elija Verdadero o Falso. Después explica la razón de dicha selección. Lea atentamente el siguiente texto:

El turismo se ha convertido en una de las industrias de más rápido crecimiento y provee de servicios tanto a los viajeros que salen como a los que entran en un país. Los viajes internacionales y el turismo son una de las mayores fuentes de ingresos y un factor importante en la balanza de pagos de muchas naciones.

El mercado es cada vez más diverso, y abarca no sólo el turismo tradicional de sol y los viajes de negocios, sino también muchos nuevos tipos de actividad. El turismo también se ha convertido en una de las más importantes fuentes de empleo. El mismo abarca una amplia gama de puestos de trabajo en distintas áreas como son los tour operadores y las agencias de viajes, los centros de información turística y las empresas de transporte.

<p>1. La industria del turismo no crece mucho.</p> <p><input type="radio"/> VERDADERO <input type="radio"/> FALSO</p>	<p>2. Turismo quiere decir turismo de sol y playa y viajes de negocios.</p> <p><input type="radio"/> VERDADERO <input type="radio"/> FALSO</p>
<p>3. Para muchos países el turismo es una importante fuente de ingresos.</p> <p><input type="radio"/> VERDADERO <input type="radio"/> FALSO</p>	<p>4. El sector turístico ofrece muchas posibilidades de empleo.</p> <p><input type="radio"/> VERDADERO <input type="radio"/> FALSO</p>

5. Los trabajos en el sector turístico son todos del mismo tipo.

- VERDADERO
- FALSO

2: Ejercicio de espacios vacíos: Con la información que esta al comienzo rellene los huecos en el texto. Para cada espacio vacío existe sólo una respuesta correcta.

El turismo [] ha convertido en una de las industrias de más rápido crecimiento y provee de servicios [] a los viajeros que salen [] a los que entran en un país. Los viajes internacionales y el turismo [] una de las mayores fuentes de ingresos y un factor importante en la balanza de [] de muchas naciones. El mercado es cada vez [] diverso, y abarca no sólo el turismo tradicional de sol y los viajes de negocios, [] también muchos nuevos tipos de actividad. El turismo también se ha convertido [] una de las más importantes fuentes de empleo. Abarca una amplia [] de puestos de trabajo en distintas áreas [] son los tour operadores y las agencias de viajes, los centros de información turística y las empresas de transporte.

3.- Ahora encontrarás una serie de **sopas de letras** sobre el tema de turismo y sus campos afines. Busca 10 palabras de cada material, explica su significado y después redacta un ensayo sobre el tema: Turismo en Colombia y en el mundo de hoy, con sus respectivas conclusiones (3):



RIOS DE COLOMBIA													
R	A	I	J	Y	T	I	A	I	M	P	J	Y	Y
D	I	B	J	B	Q	H	N	I	A	I	L	U	Z
R	R	V	L	C	Q	T	K	D	V	M	P	K	V
U	E	A	G	T	N	C	U	T	I	J	Ñ	Y	N
R	H	Q	U	M	J	T	R	W	Ñ	D	Q	J	Z
D	C	X	E	I	Y	Y	M	T	J	T	P	Ñ	I
U	U	N	U	M	U	A	U	B	H	K	V	O	Y
H	A	Z	U	Y	X	R	D	F	N	H	H	P	M
F	R	Ñ	B	A	Z	X	C	T	A	L	A	M	W
P	K	Z	E	O	I	W	W	L	C	P	A	O	Z
E	W	M	X	M	Y	V	S	V	O	A	R	K	T
M	Y	B	A	B	Á	N	R	J	E	S	A	M	E
L	G	F	O	G	L	K	I	X	X	M	R	Y	G
K	K	N	W	B	W	S	F	Y	Q	T	B	X	N
B	N	G	W	S	W	A	D	C	A	Q	E	T	A
Z	V	J	L	O	V	X	V	D	I	A	C	S	A
M	T	J	Q	Q	G	N	S	Ñ	V	M	L	R	O
A	B	D	E	A	W	J	D	Y	Q	E	P	E	X
C	V	Q	L	J	P	F	C	X	Z	X	I	C	P
Z	J	R	Z	M	N	T	Y	U	Z	I	A	B	I

kokolikoko.com

M	U	S	E	O	D	E	L	O	S	N	I	Ñ	O	S	U	O	P	Y	T	R	E	COLOMBIA
U	E	S	D	F	R	G	I	O	P	K	G	D	R	H	Ñ	B	X	C	E	D	M	ECOTURISMO
S	Q	N	T	Y	I	K	P	A	S	D	F	Y	H	M	P	N	N	H	Q	F	U	MUSEO DEL ORO
E	S	F	E	G	J	K	U	A	V	M	I	T	G	D	I	R	T	I	U	G	S	MUSEO DEL MAR
O	U	J	C	G	B	D	A	K	N	I	R	E	G	H	S	T	R	P	E	J	E	MUSEO MILITAR
D	J	K	O	O	K	Ñ	E	R	G	A	G	H	M	Q	C	W	D	A	N	U	O	MUSEO NACIONAL
E	E	K	T	K	L	T	L	Ñ	J	C	C	C	W	Q	I	E	T	Q	D	N	M	MUSEO DE LOS NIÑOS
L	R	D	U	F	R	O	R	T	J	K	L	A	I	O	L	P	U	U	A	M	I	CAÑON DEL CHICAMOCHA
O	K	L	R	Ñ	P	C	M	O	I	U	Y	T	R	E	A	W	Q	E	M	Q	L	MONSERRTE
R	J	H	I	G	F	A	D	B	S	A	Z	X	C	V	G	B	N	M	A	U	I	MALOKA
O	F	S	S	D	S	I	A	Z	I	X	C	V	N	B	O	P	M	D	N	E	T	CHIPAQUE
F	C	F	M	G	H	M	J	J	K	A	L	O	P	E	R	A	Q	W	E	S	A	TAIRONA
Y	O	II	O	Y	H	A	G	E	R	T	Y	U	P	O	T	R	I	U	R	E	R	PANACA
H	L	T	E	Q	U	E	N	A	D	F	H	I	O	C	O	A	W	E	R	R	W	COLOMBIA ES PASION
G	O	E	U	Q	Z	W	M	E	R	T	Y	U	I	A	L	M	I	Ñ	O	D	T	PARQUE SIMON BOLIVAR
H	M	Q	W	M	K	O	L	U	Ñ	P	O	P	Ñ	Q	O	E	R	I	N	Y		PISCILAGO
F	B	T	Y	O	O	P	O	U	S	T	Y	U	R	O	R	S	T	I	O	A	O	ZOOLOGICO
F	I	T	W	N	W	Q	U	L	E	E	G	R	T	N	M	O	N	O	S	N	M	TURISTAS
Ñ	A	O	P	S	R	W	S	D	O	C	O	O	M	D	A	C	I	H	C	A	A	TEQUENDAMA
O	E	Q	E	E	S	Z	N	E	T	G	Q	N	W	E	E	R	T	Y	U	S	R	MAR
P	S	R	R	O	P	T	A	S	Q	W	I	R	A	L	F	G	L	P	O	I	U	RIO
Q	P	W	E	R	R	U	Q	W	C	Q	E	C	R	C	Q	W	R	T	Y	U	L	PARAMOS
U	A	R	F	A	B	R	F	K	A	L	J	K	O	II	I	R	T	O	Ñ	O	Ñ	MONTAÑAS
E	S	F	K	T	Q	I	S	E	R	S	W	W	E	I	E	O	R	T	U	I	O	CARTAGENA
N	I	R	E	E	E	S	R	T	T	R	Y	U	I	C	Y	U	N	J	I	L	P	TOCAIMA
D	O	E	R	T	Y	T	F	E	A	F	R	E	P	A	E	S	A	A	P	A	C	MELGAR
A	N	A	E	R	F	A	K	J	G	U	I	O	P	M	J	K	I	I	L	Y	H	SAN ANDRES
M	S	D	H	J	K	S	E	R	E	Q	W	E	M	O	N	T	A	Ñ	A	S	X	
M	A	L	O	K	A	D	V	I	N	Y	K	I	L	C	I	U	H	D	E	R	F	
W	E	R	T	H	J	A	S	D	A	A	S	D	R	H	Q	E	R	T	J	H	E	
R	E	A	S	A	S	D	L	K	I	P	O	U	Y	A	Y	E	F	R	Y	E	W	
P	A	R	Q	U	E	S	I	M	O	N	B	O	L	I	V	A	R	D	R	T	Y	
S	R	E	T	Y	M	N	B	V	C	S	D	E	R	T	G	D	E	D	F	L	Ñ	
M	U	S	E	O	D	E	L	M	A	R	Q	W	K	M	E	L	G	A	R	E	R	

12.- UN COLOMBIANO QUE HIZO HISTORIA Y QUE FUE UN HITO EN EL TURISMO MUNDIAL

En las siguientes páginas se encontrará el resumen de lo hecho por este viajero incansable, y que se puede ampliar en varios publicaciones como a donde ir, cómo y cuándo, viajando por China y haciendo maletas entre otros. Léase esta información y analiza su contenido.

12. 1.- Héctor Mora Pedraza acercó el mundo con sus 1.240 documentales mostró culturas de 107 países

Por: Isolda María Vélez H.

Su nombre es toda una institución en el mundo del turismo. Con su programa de televisión, El Mundo al Vuelo, Héctor Mora trajo a los colombianos cultura e historia de más de 107 países, a través de 1.240 documentales.



Muy niño recorrió en varias oportunidades el río Magdalena, junto a su padre. Y luego se contagió de paísm como jefe de prensa de la Cámara de Representantes. Allí le picó el bicho del periodismo documental y desde entonces, hace unos 30 años, su único sueño, hecho realidad, ha sido recorrer el mundo para mostrar aquello que los turistas no alcanzan a ver y, al mismo tiempo, llevar un pedacito de Colombia a los lugares más recónditos.

En su oficina, en Bogotá, cada rincón, cada detalle, habla de sus correrías por el mundo. En un costado, una tela hecha a mano, convertida en cuadro, recuerda su encuentro con la Madre Teresa de Calcuta, en la India.

"Esa ha sido una de las experiencias más gratificantes.

Durante tres días la seguí a misa, a las cuatro de la mañana, para lograr la entrevista. Pero ella estaba en retiros espirituales y no me hablaba. Cuando lo hizo me dijo tres palabras: venga el sábado". Y así fue. Tres días a su lado para conocer cómo sacaba niños de los botes de basura, cómo atendía a los enfermos...

En fin, miles de personajes, algunos famosos, otros simples ciudadanos del mundo, con los cuales Héctor conoció lugares que ni siquiera figuran en los mapamundi.

Bitácoras de viaje

Y 30 años viajando en un avión, con 7.400 horas de vuelos internacionales, están consignados en 26 diarios que escribió y que guarda como tesoro en su archivo personal, así

como varios de los documentales que realizó.

Sus vivencias también están plasmadas en tres libros: Haciendo maletas, A dónde ir y Leyendas para viajeros, que son una guía de orientación para quienes comienzan la aventura de viajar.

Claro que su memoria es la mejor aliada para recrear lo que ha sido su vida.

Y una inmensa sonrisa aparece cuando habla de sus encuentros en el mundo con colombianos, "especialmente, los paisas, que están en todas partes".

En Estocolmo, por ejemplo, encontró a una señora que vende y exporta hojas de plátano. "Convenció a los suecos con el cuento de que en esas hojas se preserva mejor el pescado". O aquel otro antioqueño que vende lechona con palillos en Kioto...

A quien ha recorrido el mundo tantas veces, que ni sabe cuántas, le resulta apasionante los paisajes de la Polinesia Francesa y la tranquilidad espiritual que da estar en el Tíbet, país al que tuvo que esperar 12 años para visitar porque "allí no entraba nadie".

De Colombia conoce casi todo, menos Valledupar y Puerto Inírida. "Aunque he sido invitado a esas ciudades, no he tenido la posibilidad de ir por diversas razones", dice sin mayores titubeos.

Este hombre, que estudió Periodismo y Derecho, casado con Cecilia Ramírez y padre de Héctor y Andrés, reconoce que su vida ha sido todo un privilegio. Y aunque hoy no vive con las maletas empacadas, en su corazón sabe que con sus ojos, su cuerpo y su mente trajo un pedacito del mundo a los colombianos como pionero de los programas de turismo en televisión.

Héctor tiene muy claro que cuando se sale al mundo exterior, "ese sueño de viajar no termina nunca".

Fuente: tomado de www.elcolombiano.com/proyectos/elcolombianoejemplar/.../turismo.htm

12. 2.- Como complemento a la anterior información, léase lo que publicó el diario El Tiempo sobre este mismo personaje.

14 de abril de 2011

Héctor Mora es sin lugar a dudas el colombiano que más ha viajado por el mundo haciendo programas de televisión. Su rostro y su voz son un recuerdo imborrable para miles de colombianos que al frente del televisor acompañaban sus viajes en los programas Cámara Viajera, Pasaporte al Mundo y el que lo hizo más famoso: El Mundo al Vuelo con Héctor Mora.



El viajero más admirado por los colombianos ha visitado 108 países y realizó 1.240 emisiones de forma ininterrumpida entre 25 años, entre 1977 y 2002.

Aunque recorrió lugares fantásticos como el Tíbet, la polinesia francesa y Venecia, que dice que son los lugares más bellos del mundo, no ha perdido la capacidad de maravillarse con lo simple. De la misma forma como se emociona con París o con El Cairo, admira los exuberantes parajes de nuestro país y que muchos colombianos pasan inadvertidos.



Caminando por la reserva natural del Cañón del Río Claro su presencia llamaba la atención. Los turistas se sorprendían al verlo. Algunos no creen que sea él hasta que escuchan su voz. Y en medio de muchos jóvenes que lo veíamos por televisión cuando apenas éramos niños, habla de la emoción que le produce aquel lugar. A sus 68 años y después de su trayectoria uno podría pensar que ya no se deja impresionar por nada. Pero su sensibilidad se mantiene intacta, ésa que lo llevó a ser considerado el mejor cronista de viajes del país.

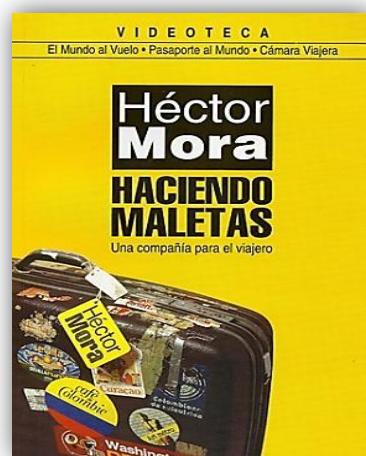
Héctor Mora es un hombre de contextura gruesa, piel trigueña y que ahora luce una trenza con la que se recoge el cabello. En los momentos de descanso que tuvimos durante el Primer Encuentro Nacional de Periodistas de Turismo, organizado por la Gobernación de Antioquia en Puerto Triunfo, pude formularle algunas preguntas que quería hacerle hace por lo menos 20 años.

¿Cuándo descubrió su gusto por los viajes?

De niño mi papá nos llevaba en tren hasta La Dorada y ahí tomábamos un barco hasta Barranquilla en la época de la navegación por el Río Magdalena y de ahí seguíamos a Cartagena. Además como no había televisión en esa época yo leía muchos libros de viajes de Julio Verne, Emilio Salgari, todas sus aventuras. Luego viajé a congresos y eventos siendo estudiante de la Universidad Libre y todo eso sumado me llevó a la conclusión de que el mundo es para caminarlo.

¿Cómo comenzó a hacer programas de viajes en televisión?

Comencé trabajando como jefe de prensa en la Cámara de Representantes y me cansé de los programas encerrados en estudio, así que empezamos a recorrer el país mostrando en las regiones los proyectos que se impulsaban desde el congreso. Y cuando tuve la oportunidad en el año 77 le propuse al gerente de Caracol Televisión que era Jesús Álvarez Botero que hicieramos un programa para mostrar el exterior en Colombia y que yo le garantizaba que no le iba a salir más caro que Baretta, que era una serie de detectives. Y empezamos a hacerlo.



¿Cuál fue el primer país que visitó?



Al aire salimos para empezar con un programa que me dio mucho éxito: era la historia de un antioqueño que vendía camellos en el desierto del Sahara. Era un marino que se había quedado borracho en las Islas Canarias. Aquí se llamaba Abraham Osorio y allá se hacía llamar Ibrahim. Él vivía en el sur de Marruecos, cerca de Mauritania y tenía harem. A mí me entusiasmó muchísimo eso de ser musulmán y tener 4 esposas, pero caí en cuenta de que eso significa tener 4 suegras, y volví a ser católico de inmediato (Risas).

¿Cómo hizo para llevar bien su matrimonio con tantos viajes?

Yo me casé antes de comenzar a viajar y afortunadamente mi esposa y mis hijos viajaron mucho conmigo. Mis hijos eran mis "asistentes de trípode" y así conocieron el mundo. Ya adultos uno vivió en Estados Unidos y el otro vive en China.

¿Tuvo muchos amigos en la televisión?

No demasiados pero sí algunos muy buenos. Mi mejor amigo de la televisión es Héctor Ulloa, que hacía Don Chinche. Incluso la casa en la que él vive ahora me la compró a mí. Todavía nos hablamos mucho. Pacheco también, yo a él le decía que no trabajara tanto, que él se podía dar el lujo de trabajar 6 meses y los otros 6 viajar a estudiar y a conocer el mundo. Hace poco me lo encontré y me dijo que yo tenía razón, que me admiraba porque yo sabía vivir bien.

¿Para usted, qué es vivir bien?

La idea de vivir bien es estar uno con su gente, revolviendo el trabajo con el placer porque si uno hace lo que le gusta y además le pagan... (nuevamente risas).

¿Qué consejos les daría a los viajeros?

Que no se dejen tratar como turistas sino como viajeros. La diferencia es que al turista lo llevan, lo suben a un bus y lo pasean. El viajero sabe a dónde va, sabe qué quiere encontrar y se involucra con el destino y con la gente. La otra recomendación es que aprendan un poco del idioma a donde van. Eso es muy importante.

Cuando Héctor Mora habla transporta. Lo miro bien y no creo estar hablando de cosas íntimas con quien fuera el personaje de la televisión que yo más admiraba cuando era niña. Incluso me agradece por haberle preguntado por asuntos de su vida y de su familia. Agradecida estoy yo, le digo, porque gracias a su programa de televisión yo soñé con conocer el mundo y hoy trabajo como periodista de turismo, haciendo justamente lo que de él me inspiró.

Y no olvides -me dice mirándome a los ojos- viajar es un sueño que nunca termina.

Fuente, tomado de: <http://www.turismoatiempo.com/14-de-abril-de-2011/un-dialogo-al-vuelo-con-hector-mora>.

Para mayor información buscar en http://www.hectormora.tv/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=36&Itemid=201

13.- LIBROS COMENTADOS

1.- EL TURISMO EXPLICADO CON CLARIDAD

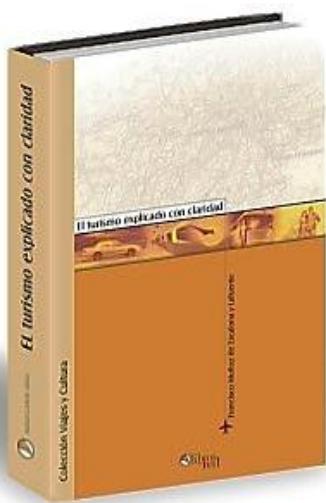
Autor: **Francisco Muñoz de Escalona y Lafuente**

Libros En Red, 2003

Colección: Viajes y Culturas (vea otros libros de la misma colección)

Síntesis: Es una explicación original y precisa escrita en términos coloquiales y claros. Una obra teórica para quienes estudian el turismo con fines científicos, profesionales o empresariales. El turismo se viene estudiando con asiduidad desde fines del siglo XIX, cuando ya lo practicaban las clases medias urbanas. Los primeros estudiosos, los hoteleros, adoptaron el concepto de *turista* que décadas antes habían encontrado los hablantes y

crearon el derivado *turismo*. Cuando, ya en el siglo XX, se ocuparon los profesores universitarios de esta parcela de la realidad social, no averiguaron antes si la noción vulgar permitía fundar sobre ella un corpus teórico sólido. Para ellos, para la gente y para los hoteleros, *turismo* es lo que hacen los turistas (consumidores) y lo que hacen los hoteleros (productores). Como el mismo término designa lo mismo la demanda que la oferta, se crea una grave confusión en el análisis. Si se añade que aún no se ha encontrado una definición satisfactoria de *turista*, no es extraño que se diga que el estudio del turismo es enigmático y bizarro, una compleja realidad que ninguna ciencia social puede desentrañar por sí sola.



El Turismo explicado con claridad demuestra que si de lo que se trata es de conocer el turismo para invertir en negocios, hay que estudiarlo, entonces, como la microeconomía se acerca al estudio de cualquier actividad productiva.

La obra formula un modelo alternativo, económico o de oferta, al modelo convencional, sociológico o de demanda, y termina con una recapitulación en la que se analizan mitos o lugares comunes del turismo tales como que el turismo es "tan antiguo como la humanidad" o que es "la primera industria mundial".

2.- Turismo rural y en áreas protegidas.

González Hernández, Matías M..

León González, Carmelo J..

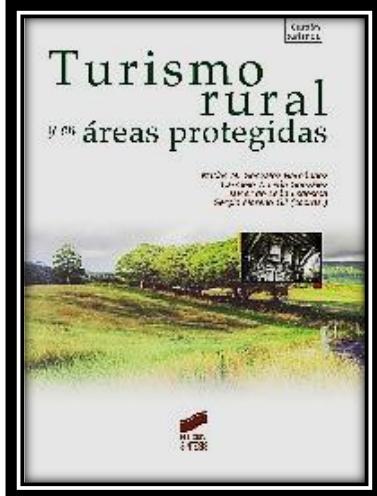
De León Ledesma, Javier.

Moreno Gil, Sergio (coords.).

ISBN: 9788499588711

Publicado 21.06.2013
Páginas 342
ISBN Digital: 9788499587646

El turismo rural y en áreas protegidas ha experimentado un auge sostenido a lo largo de las últimas décadas, creciendo notablemente por encima de la media del conjunto de los viajes turísticos.



A ello han contribuido tanto los cambios en las preferencias de los turistas como la implementación de políticas públicas, pues se ha visto en estas modalidades de turismo una oportunidad para impulsar el desarrollo rural y apoyar la conservación del patrimonio natural y cultural.

En este libro se tratan los aspectos más relevantes del turismo rural y en áreas protegidas, desde la conformación de productos y el marketing y posicionamiento de destinos, hasta el análisis de la contribución del turismo al desarrollo territorial pasando por la valoración de activos ambientales turísticos y la conformación de rutas temáticas basadas en la historia y el patrimonio del mundo rural y de la naturaleza. Por ello, resultará de interés tanto para estudiantes de postgrado como para consultores, docentes, planificadores públicos, estudiantes de grado y público en general deseoso de conocer los fundamentos de esta apasionante actividad humana.

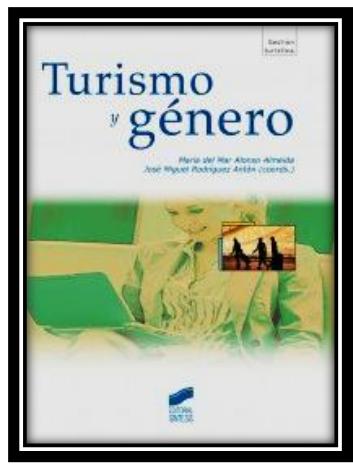
3.- Turismo y género.

*Alonso Almeida, María del Mar.
Rodríguez Antón, José Miguel (coords.).*
ISBN: 9788497567817
Publicado 17.10.2011
Páginas 272
ISBN Digital: 9788499585949

La presente obra pretende poner en valor el papel que la mujer tiene en el sector turístico. Para ello, se ha realizado un análisis riguroso, desde una visión multidisciplinar, abordando el tema del género, primero en las empresas y después en el turismo en general, resaltando específicamente las carencias y los retos que el turismo aún mantiene en el ámbito del género.

El público al que va dirigido este libro está compuesto por estudiantes del Grado de Turismo, participantes en Másteres y Programas de Doctorado de Turismo, a estudiantes de Formación Profesional de Grado Superior –en concreto, los estudios de Técnico Superior en Alojamiento o Técnico Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos– y, por extensión, a cualquier persona interesada en conocer con mayor profundidad este tema.

El libro ha sido coordinado por *María del Mar Alonso Almeida*, profesora de la Universidad Autónoma de Madrid, y por *José Miguel Rodríguez Antón*, catedrático de Organización de



Empresas y director académico del Grado en Turismo de esa misma universidad, y ha contado con la contribución de destacados académicos y profesionales del sector turístico.

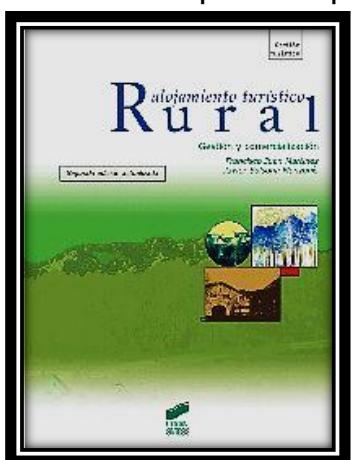
4.- Alojamiento turístico rural. Gestión y comercialización (Segunda edición actualizada)

Juan Martínez, F. Solsona Monzonís, J.

ISBN: 9788477387541

Publicado 01.02.2013. Páginas 168.

Esta nueva edición, revisada y actualizada, incorpora las novedades más relevantes tanto en lo que a la propia definición de turismo rural se refiere, como a los notables cambios acaecidos en la forma de comercializar y vender esta tipología de alojamiento.



En esta obra se abordan todos aquellos aspectos que se deben considerar a la hora de crear una empresa de alojamiento turístico rural o cuando se trata de mejorar su gestión, de manera que, con un enfoque práctico y funcional, se tengan en cuenta factores esenciales para emprender un proyecto con suficientes garantías de éxito. Se ofrece asimismo la información necesaria para conocer los trámites de puesta en marcha de la empresa, las vías de financiación, las formas jurídicas que puede adoptar el proyecto, etc.

Se trata de un instrumento de extraordinaria utilidad tanto para el estudiantado de enseñanzas turísticas como para emprendedores y profesionales del sector.

Fuente: la anterior información sobre los tres libros citados fue tomada de <http://www.sintesis.com/libros/gestion-turistica-115/alojamiento-turistico-rural-gestion-y-comercializacion-segunda-edicion-actualizada-libro-38.html>

14.- BIBLIOGRAFÍA GENERAL RECOMENDADA

a.- Bibliografía sobre turismo rural

AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL (DOSSIER)

Renovación Rural 1989 p. 11-32

AGROTURISMO, LA OTRA OPCION EROSKI 1993 p. 4-9

AHULOT, ARTHUR. Turismo Social. Trillas 1991

ANTON CLAVE, SALVADOR Medio Ambiente y Política Turística. Medidas comunitarias y estrategias de competitividad del turismo español. Instituto de estudios turísticos. D. G. de Política Turística 116-1992 p.5-27

ASHCROFT, P. Experiencia británica en la gestión del turismo en los parques nacionales y otras áreas protegidas. Papers de Turisme. 5-1991 p. 86-98

GRUPO DE TRABAJO "TURISMO CONSCIENTE Y RESPONSABLE". Criterios para evaluación de la calidad ecológica de ofertas de turismo verde. ADAC. (Club automovilista de Alemania). Contenido trasladado a curso de TR Mas de Noguera. 1991

GRUPO DE TRABAJO TURISMO, DEL GRUPO PARLAMENTARIO ALEMAN CDU/CSU. Líneas maestras para la política turística en Alemania. PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE (Capítulo 2) Reproduce Mas de Noguera

REFLEXIONES SOBRE TURISMO RURAL. Instituto Turístico Valenciano (ITVA) 1989.

C.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA PARA LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL PERIODISMO DE LOS VIAJES

Fuente de la anterior información: <http://www.periodismodeviajes.org/ensayos-de-viajes-y-herramientas/bibliograf%C3%ADA/>

Los libros de esta relación bibliográfica no son sólo ensayos sobre viajes; los hay de otras temáticas y áreas vinculadas que pueden ser interesantes para abordar cualquier trabajo de investigación sobre esta especialización periodística

Para facilitar su consulta los hemos dividido en cuatro grupos fundamentales:

1- Antropología sobre el viaje, el turismo y la aventura.

2- El periodismo de viajes y sus antecedentes. Geografía e historia de las exploraciones. Viajeros. Etnografía. Literatura de viajes.

3- Sociología de la Comunicación. Periodística. Periodismo Especializado y Periodismo de Viajes. Redacción Periodística y Géneros.

4. Fotoperiodismo y fotografía de viajes.

Al final de cada apartado el lector encontrará algunas referencias de artículos relacionadas con la temática. Como el siguiente ejemplo que se anexa con libros de la misma página web:

- Autores varios. (1987): *El libro de la aventura*. Madrid. Salvat (1987)

Interesante recopilación de varios autores que reflexionan sobre la aventura desde diferentes perspectivas:

- * Luis Carandell: "*La aventura a finales del siglo XX*".
- * Isaac Asimov: "*Los próximos años de la aventura espacial*".
- * Manuel Vázquez Montalván: "*La senda literaria de la aventura: el campo, la ciudad, el espacio, la nada*".
- * Xabier Rubert de Ventós : "*España en América o la aventura como invención*".
- * Alberto Moncada: "*La aventura del conocimiento*".
- * Francisco Umbral: "*La aventura de la vida cotidiana*".
- * Enrique Revuelta: "*Una cita anual con la aventura: el Camel Trophy*".
- * Alfredo Ramos: "*La aventura de Madagascar*".
- * Ramón Tamames: "*Indonesia: una aventura de 134.677 islas*".

- AFFERGAN, Francis (1987): *Exotisme et alterité*. París., P.U.F.

Estudio en el que se reflexiona sobre el concepto de lo exótico y de cómo la alteridad, a pesar de que es una constante en los supuestos y en los procedimientos cognoscitivos de la antropología y la etnografía, no es un concepto lo suficientemente estudiado desde una perspectiva epistemológica. Es "el punto ciego" de la antropología. Puede resultar muy útil para orientar desde diferentes perspectivas las formas de aproximación a las otras culturas, tan utilizadas desde el periodismo de viajes.

- ASH, J. y TURNER, L. (1991): *La horda dorada*. Madrid, Endymión.

Estudio sociológico de gran interés en que se analiza el turismo como una nueva forma de colonización y de imperialismo cultural que pone en peligro la supervivencia de las culturas. Tras un capítulo de introducción histórica, se adentra en explicar lo pernicioso de la industria turística. Analiza intereses económicos y los falsos beneficios y dependencias que genera en los países y zonas de destino a los que denomina: la "Periferia del Placer". Termina con una referencia a las alternativas románticas ahogadas y a un futuro condenado a la uniformidad. Tiene una interesante bibliografía sobre sociología del turismo.

- AUGÉ, Marc (1998): *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Barcelona, Gedisa.

Recopilación de nueve textos breves del autor en los que a través de una prosa ágil, fluida y entretenida reflexiona sobre la transformación del mundo en imágenes ficticias a través del turismo. En su introducción propone luchar contra esa ficcionalización del mundo "aprendiendo de nuevo a viajar para aprender nuevamente a ver". Sus pensamientos resultan de gran interés si los aplicamos a los medios de comunicación e inducen al lector a preguntarse hasta qué punto éstos colaboran en la recreación ficticia de esos mundos paradisíacos.

De este mismo autor resultan también muy interesantes los siguientes títulos:

- (1993): *Los 'no lugares'. Espacios del anonimato*. Barcelona, Gedisa. Realiza aquí una interesante visión de los espacios anónimos de tránsito, tan frecuentes en esta época.

- (1996): *El sentido de los otros*. Barcelona, Paidós. En este caso Augé escribe sobre los diferentes cambios que la sociedad actual está produciendo en la forma de percibir a los otros, a la alteridad, objeto tradicional de estudio del antropólogo.

-CAMPBELL, Josef (1980): *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito*. México, Fondo de Cultura Económica.

Notable y ameno estudio del mito de héroe desde los postulados del psicoanálisis. Analiza con múltiples referencias los diferentes elementos que circundan y configuran el mito, entre ellos el viaje y la aventura.

-GARCÍA GUAL, Carlos (1981): *Mitos, viajes, héroes*. Madrid, Taurus.

Una aproximación a la figura del héroe a través de la literatura y la mitología griega. Entre los temas y personajes épicos que aborda este autor se encuentran Ulises y Jasón.

-JURDAO, Francisco (Compilación) (1992): *Los mitos del turismo*. Madrid, Endymión.

Recopilación de nueve trabajos de diferentes autores a través de los cuales se describe de forma crítica y a modo de ejemplo, las consecuencias económicas, políticas y culturales que se han generado en varios lugares específicos de la geografía mundial.

Entre estos trabajos se encuentran tres que convienen destacar por sus reflexiones en torno a los falsos mitos las falsificaciones de la realidad y las representaciones colectivas del turismo.

* Francisco Jurdao: *Los mitos del turismo*.

* Stephen G. Britton: *La economía política del turismo en el tercer mundo*.

* Malcolm Crick: *Representaciones del turismo internacional en las ciencias sociales: Sol, Sexo, Paisajes, Ahorros y Servilismo*.

-JANKÉLÉVITCH, Vladimir (1963): *L'aventure, l'ennui, le sérieux*. París, Montaigne.

Interesante reflexión sobre la aventura frente a la cotidianidad y el tedio. La aventura como libertad.

-SIMMEL, George (1988): *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*. Barcelona, Península.

Este libro recupera una colección de ensayos escritos por este filósofo a principios del siglo XX sobre diferentes temas. Aunque parezca lo contrario por el título del libro, sólo el primer capítulo trata de la aventura: pág.11-26. Interesante reflexión sobre la percepción de la aventura como una ruptura de tiempo lineal

-SMITH, L. Valene (Coord.) (1992): *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid, Endymión.

Libro capítular que supone una interesante recopilación de autores e investigadores sobre antropología del turismo. Muchos de los capítulos recogen estudios específicos del impacto del turismo en diferentes espacios geográficos. A efectos de nuestro tema, resultan especialmente de interés los dos primeros capítulos en donde se plantean aspectos de tipo teórico:

-Nelson H.H. Graburn: *Turismo: el viaje sagrado*

-Dennison Nash: *El turismo considerado como una forma de imperialismo*.

También resulta de gran interés el último capítulo de Theron Núñez: *Los estudios del turismo dentro de una perspectiva antropológica*; y la introducción a cargo de Valene L. Smith en donde de forma sintética se aproxima a una definición y una tipología del turismo. Además esta misma introducción habla de los modelos culturales y las diferentes interacciones entre "invitados y anfitriones",

-TODOROV, T y otros (1988): *Cruce de culturas y mestizaje cultural*. Madrid, Júcar.

Recopilación de artículos que tienen como hilo conductor los procesos de mestizaje cultural, la hibridación, la pérdida de identidad y la aculturación de los pueblos. Son de especial interés los siguientes capítulos y autores:

-Tzvetan Todorov: *El cruzamiento entre culturas*

-Clifford Gertz: *Diapositivas antropológicas*

-Dean McCannell: *Turismo e identidad cultural*

-URBAIN, Jean Didier (1993): *El idiota que viaja*. Madrid, Endymión.

Este es otro de los libros indispensables en los que se analiza el debate entre el viajero y el turista. El autor reflexiona sobre el estereotipo del viajero y su enfrentamiento actual con la figura del turista. Este autor cuestiona que en la actualidad exista tal diferenciación, al menos de una forma clara y determinante. Explica las causas por las que la figura del turista es constantemente despreciada incluso por los propios turistas que no aceptan su condición de tales y paradójicamente se amparan bajo el mito del viajero.

